
¿Qué periodismo
se hace en Argentina?
Perspectivas globales y locales
Konrad
Adenauer
Stiftung

¿Qué periodismo se hace en Argentina?

Perspectivas locales y globales



¿Qué periodismo se hace en Argentina? : perspectivas locales y globales / Adriana Amado ... [et al.]. - 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Konrad Adenauer Stiftung, 2018.
132 p. ; 20 x 14 cm.

ISBN 978-987-1285-59-4

1. Periodismo. I. Amado, Adriana
CDD 070.4

Suipacha 1175, piso 3°
C1008AAW
Buenos Aires
República Argentina
Tel: (54-11) 4326-2552
www.kas.de/argentinien/es/
info.buenosaires@kas.de

ISBN 987-987-1285-59-4

Impreso en Argentina

Diciembre 2017

Hecho el déposito que establece la Ley 11.723.

ÍNDICE

Prólogo

La democracia es, sin duda, el único sistema político y social que permite la realización del individuo a través de la búsqueda del bien común. La Fundación Konrad Adenauer tiene cabal conciencia del rol que cabe al ejercicio de la profesión periodística en esta incansable tarea y ha bregado desde siempre por su libre ejercicio en la Argentina y en el mundo.

En este sentido presentamos esta contribución, producto de la colaboración entre profesionales pertenecientes a diferentes instituciones que trabajan en forma mancomunada con el fin de generar pensamiento crítico y elevar los estándares de calidad de una tarea que solo puede realizarse plenamente en un sistema democrático, característica distintiva de la profesión periodística.

Estructurado en tres capítulos, el primero de ellos documenta de manera exhaustiva la forma en que se perciben a sí mismos los periodistas en relación con los factores que condicionan el enfoque y tratamiento de la información en nuestro país a partir de un corpus de análisis de cuatro diarios argentinos, estableciendo parámetros comparativos que posibilitan un acercamiento empírico

a la cuestión de la autopercepción y las prácticas reales e invita a la revisión de opiniones instaladas acerca del periodismo.

En el segundo capítulo se pone la mirada en el estado actual del periodismo de investigación en la Argentina y su aporte como instrumento de contralor. Al recorrer la evolución de esta forma de periodismo en los distintos contextos políticos atravesados por la Argentina en las últimas décadas, se ahonda en el rol del periodismo en un contexto de progresiva pérdida de confianza en las instituciones, las claves del periodismo de investigación, los hitos que constituyeron ciertas publicaciones en la historia reciente de este género periodístico, el papel de las nuevas tecnologías y el aporte del periodismo colaborativo internacional para enfrentar cuestiones de repercusión mundial.

Finalmente, el tercer capítulo recorre las transformaciones que atraviesa el periodismo y su relación con el rol democrático de esta actividad, que la distingue de cualquier otra práctica profesional. Alejándose de posturas simplificadoras o unidimensionales, se trabaja el concepto de un periodismo con personalidad múltiple atravesado por tres dimensiones en permanente interacción, así como también en el desajuste entre discurso y práctica. Solo así pueden entenderse los desafíos que enfrenta en la actualidad la profesión periodística y cuál será su derrotero.

Olaf Jacob

Representante de la

Fundación Konrad Adenauer en Argentina

El periodismo a diario: modelos profesionales en la prensa gráfica argentina

Adriana Amado / Nicolás Rotelli (Infociudadana)

La noticia es el punto de contacto que el periodista tiene con sus lectores. Es el producto de una larga cadena de producción que no empieza dentro de la redacción, sino bastante antes, en el hecho en sí o en la versión que una fuente quiere echar a rodar. Alrededor de la noticia se construye la discusión acerca de las faltas que puede tener la cobertura, acuerdos o desacuerdos alrededor del enfoque que le dieron el autor de la noticia o el medio en el que aparece. Hoy es posible leer en tiempo real los comentarios que dejan los lectores, que no pocas veces exhiben una expectativa acerca de cómo se debería cubrir la noticia, como si hubiera una única forma de contar los hechos. Este señalamiento es aún más intenso entre los analistas y académicos, que siempre esperan que el periodista reporte de la forma en que prescriben los manuales. Sin embargo, las más de las veces, las faltas que se señalan no resultan de negligencia profesional o mandatos empresariales sino que se derivan de la naturaleza misma del proceso, siempre exigente, apurado, con una cadena de participantes en la que no siempre es fácil delimitar las responsabilidades. Sin desconocer que el periodista debería tener total libertad para darle el enfoque y el tratamiento periodístico que considere más apropiado, se trata de conocer las prácticas periodísticas y los factores reales que

influyen en la construcción de la información y la conciencia que de ellos tiene el periodista.

El periodismo argentino es una profesión muy opinada pero poco conocida en la complejidad de sus circunstancias. El estudio de noticias de cuatro diarios argentinos de distinta posición editorial y diverso perfil de lectores permite identificar procesos y analizar los modelos periodísticos que orientan a quienes producen las noticias del primer eslabón de la difusión de información. Los diarios siguen siendo el medio de más producción periodística propia y son el insumo principal para otros medios que basan su agenda diaria en la información y las fuentes que presentan los diarios. Estas circunstancias, que se renuevan con el ritmo de las veinticuatro horas para la edición impresa, los convierten en el espacio donde pueden estudiarse mejor las rutinas periodísticas. Los datos que arroja el estudio que aquí se presenta muestran que esas rutinas dominan incluso por encima de cualquier diferencia ideológica o de público al que van dirigidos los matutinos elegidos para la investigación. Los resultados muestran más coincidencias en la cobertura de las noticias que diferencias en la descripción del perfil profesional de quienes trabajan en esos diarios, lo que a la vez plantea preguntas sobre las cuestiones que condicionan el trabajo periodístico. De hecho, una reciente encuesta aplicada entre periodistas de siete países de América Latina señala que la propiedad del medio en el que trabaja no marca demasiadas diferencias en la cultura profesional.[1] Por caso, la participación de

1 Amado, A., Arroyave, J., Benítez, J. L., Chavero, P., Garcés, M., Hughes, S., Márquez M., Mellado C., Moreira S., Oller Alonso, M. (2016). Periodismos latinoamericanos: perfil y roles profesionales. En Amado, A. (Ed.). (2016). *El periodismo por los periodistas. Perfiles profesionales en las democracias de América Latina.* Montevideo: Konrad Adenauer, Infociudadana.

periodistas mujeres es similar en los privados y en los estatales, así como la libertad para elegir el enfoque de las noticias (aunque no tanto la libertad para elegir los temas).[2] En cualquier caso, plantea que las variables no afectan por igual todos los aspectos que configuran la cultura profesional, que merecen estudiarse con detalle.

Sin desconocer que en el proceso de producción de las noticias intervienen intereses económicos o empresariales, este estudio parte de la constatación de que también, y de manera más consistente y directa, influyen los roles profesionales asumidos por los periodistas. Estos modelos de trabajo se definen por los comportamientos observables, es decir, las acciones desplegadas para la producción de la información, los procesos involucrados, las decisiones que toma el periodista, en las que influyen a su vez grupos profesionales de referencia, que condicionan la forma en que se realiza cada tarea.[3] La noticia es el resultado de muchas acciones que el periodista desarrolla con relación a varios factores: temas a cubrir, información accesible, fuentes de consulta disponibles, tiempos de entrega cada vez más acuciantes, entre otras circunstancias críticas. Recién con el material de base decidirá el tipo de narrativa que elegirá y el foco que dará a la información y ahí lidiará con el espacio, el encuadre editorial, y las consecuencias que la publicación le acarree. Estas decisiones suelen estar guiadas por rutinas periodísticas que permiten dar una inercia al proceso de producción, y que no siempre están sistematizadas sino que resultan de las prácticas acostumbradas y de la personal percepción de los condicionantes

2 Ibid, p. 16.
3 Mellado, C. (2015). Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16, 596-614, p. 596.

de los contextos en los que el periodista hace su trabajo. Ni siempre son tan reflexivas como suelen plantear algunos críticos insistentes.

Ocurre que estos factores de influencia no son siempre tan claros para los mismos participantes, que pueden tener dificultades para identificar condicionantes internalizados o prácticas aceptadas. En algunos casos, los periodistas declaran ciertas influencias que luego no pueden ser verificadas en el proceso en sí, como por ejemplo la relevancia que dicen los periodistas argentinos darle a la ética periodística, que mencionan como la influencia principal en la encuesta global de Worlds of Journalism[4] y en las encuestas de FOPEA.[5] Esta preferencia, que se manifiesta casi de manera unánime, se contradice con la inexistencia de códigos de ética en los medios argentinos, que los mismos periodistas reconocen en falta. En varias encuestas realizadas en Argentina, alrededor del 80% señala la importancia de la ética profesional, pero solo uno de cada cuatro dice conocer algún código en los medios en los que trabaja.[6] De la misma manera, se observa una ausencia de criterios unificados con relación a ciertas prácticas de ética

4 Se trata de un estudio global sobre cultura periodística basado en una encuesta aplicada en más de 60 países. Los informes de cada país pueden consultarse en http://www.worldsofjournalism.org/research/2012-2015-study/country-reports/. Los resultados de Argentina fueron publicados en Amado, A., & Bongiovanni, M. (2016). Periodismos argentinos: perfiles y contextos. En A. Amado (Ed.), *Periodismos argentinos: modelos y tensiones del siglo XXI* (pp. 123–153). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer Infociudadana, disponible en http://www.infociudadana.org.ar.

5 Foro de Periodismo Argentino. (2015). *Códigos de ética en la actividad periodística*. Buenos Aires. Recuperado de http://www.fopea.org/etica-y-calidad/encuestas/encuesta-2015/.

6 Íbidem.

dudosa, como el uso de cámaras ocultas, el uso de documentos confidenciales sin autorización, el uso de identidades falsas para obtener información, recibir atenciones o viáticos de una fuente, por nombrar solo algunas que en la encuesta de Argentina tienen respuestas muy divididas.[7] Estas conclusiones advierten que la opinión de los periodistas sobre su trabajo puede servir de insumo para el estudio de las prácticas de reporteo pero no puede ser el único para describir su situación. Por eso, el estudio a los diarios cruza la observación sistemática de una muestra de noticias que abarca dos años de estudio con las respuestas obtenidas de encuestas realizadas a periodistas y especialistas sobre los resultados obtenidos.

1. Estudiar las noticias localmente para comparar mundialmente

El proyecto Journalistic Role Performance, del que participó Argentina junto con veintitrés países,[8] tiene como objetivo aportar otra perspectiva que la que tradicionalmente han tenido los estudios sobre los roles profesionales. Más allá de la autopercepción que los periodistas tienen de sus funciones, en los años recientes, varios investigadores comenzaron a plantearse preguntas acerca de cómo los roles profesionales se reflejan en las noticias que el

7 Amado A. (2016b), *op. cit*, p. 34.

8 La red está conformada por investigadores de Alemania, Brasil, Argentina Chile, China, Cuba, Chipre, Ecuador, España, Estados Unidos, Filipinas, Grecia, Hong Kong, Hungría, India, Italia, Irlanda, Malasia, México, Polonia, Rusia, Suiza y Tailandia. En http://www.journalisticperformance.org/.

público recibe.[9] El estudio del desempeño del rol profesional se ocupa de identificar acciones y procesos a partir de una metodología sistemática que permita la comparación de los resultados.

En una primera etapa se aplicó una matriz de análisis de contenido a una muestra de noticias en cada país que abarcara los años 2012 y 2013. A los efectos de tener parámetros comparables en países muy diversos, se seleccionaron diarios de referencia a partir de dos variables: por el tipo de público al que apuntan, para incluir diarios populares y de elite, y por la adscripción política que identifica su posición editorial. En el caso de Argentina se seleccionaron los diarios *Clarín* (CL), *Diario Popular* (DP), *Página 12* (P12) y *La Nación* (LN).[10]

Tabla 1:
Distribución de la muestra de diarios argentinos según variables

Variable / Medio	Clarín	Diario Popular	Página 12	La Nación
Orientación ideológica	Centro	Centro	Centro izquierda	Centro derecha
Orientación de mercado	Popular	Popular	Elite	Elite
Ejemplares vendidos, promedio 2012/2013 (circulación según IVC)	270.000	88.000	S/D	165.000
Pauta oficial del gobierno nacional (2012/2013)[1]	$9.114.229	$57.914.295	$87.885.101	$5.983.119
Cantidad de noticias analizadas	1247	669	802	682

9 Mellado, C., Márquez-Ramírez, M., Mick, J., Oller Alonso, M., & Olivera, D. (2016). Journalistic performance in Latin America: A comparative study of professional roles in news content. *Journalism*, Vol 18, Issue 9, pp. 1087-1106.

10 José Crettaz, "Pauta oficial 2009-2015: los diez beneficiarios más 'extraños'", diario *La Nación*, 3/11/2015, en http://www.lanacion.com.ar/1841332-pauta-oficial-2009-2015-los-diez-beneficiarios-mas-extranos [consultado 31/8/16].

A los efectos de tomar una muestra sistemática de noticias que fuera representativa de cada año estudiado, se analizaron las ediciones de una semana para cada semestre, armadas con el método de semana construida. Este método conforma una muestra armando una semana completa con un día de diferentes semanas elegidas con intervalos aleatorios, de modo que todos los días de la semana y los meses del año estén representados sin que el estudio se focalice en un corte temporal que podría no ser representativo del año en estudio.[11] El objetivo del estudio fue identificar los roles que adoptaban los periodistas en el reporteo, para lo cual se seleccionaron todas las noticias del cuerpo principal de cada una de las ediciones de los días seleccionados. Se excluyeron las noticias en suplementos o ediciones especiales, las entrevistas consistentes en la transcripción pregunta y respuesta, las notas de opinión y editoriales, dado que son géneros que no permiten observar modelos de reporteo en tanto pueden estar a cargo de personas ajenas al diario. Los datos que describen el desempeño de los periodistas de esos diarios durante 2012 y 2013 se obtuvieron del análisis de contenido de 3400 noticias seleccionadas por ese procedimiento representativo.

La mayoría de las noticias del cuerpo principal de los diarios (61%) tenían el formato clásico de artículo que se centra en reportar hechos describiendo las circunstancias en que ocurrió el evento que se relata. Un tercio eran noticias breves, es decir, noticias cortas

11 Método de la semana construida, que consiste en un muestreo estratificado sistemático. Ver Riffe, D., Aust, F. y Lacy, S. (1993), The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in newspaper content analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 70, 1, pp. 133-139.

de no más de tres párrafos con información de acontecimientos (CL y P12 son los diarios con más noticias breves, que llegan en los dos medios al 35% del total). A pesar del prestigio del que gozan los formatos de crónica, género preferido del periodismo narrativo, y de reportaje, propio del periodismo de investigación, los dos tienen muy poca presencia en los años relevados. La crónica, que permite al periodista narrar la historia describiendo su experiencia con un lenguaje más vívido y cuidado, representa el 6% las noticias relevadas, con una mayor presencia en LN (casi un 9%). El reportaje, entendido en su acepción consagrada internacionalmente como el artículo de fondo que incluye investigación e información de contexto que puede adoptar la forma de infografías o cuadros de datos, es el de menos presencia. Este formato propio del periodismo de investigación fue identificado en poco más del 2% de las notas en tres de los diarios y prácticamente no se detectó en DP. En general, la mitad de las noticias tenían fotografías o ilustraciones, siendo un porcentaje relativamente menor en LN (39%), aunque mayoritariamente predominaba el texto. El diario CL era el diario con más notas en las que predominaba la imagen (8,5% del total de ese diario).

Los medios seleccionados son corrientemente referidos como diarios nacionales, aunque esa expresión indica que se trata de diarios editados en la capital del país, sede de la administración nacional. Sin embargo, el foco de las notas es eminentemente local, en tanto más de la mitad de las noticias se ocupa de temas y eventos de la ciudad de Buenos Aires, distrito donde se edita la publicación. Los cuatro diarios asignan un tercio de las noticias del cuerpo principal a cuestiones de impacto nacional, o acaecidas fuera de la localidad del diario.

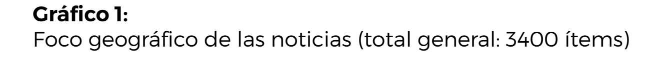
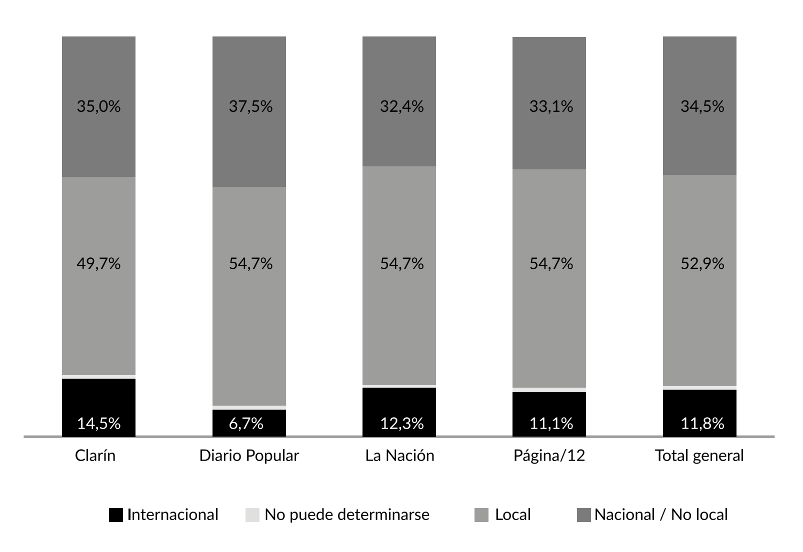


Gráfico 1:
Foco geográfico de las noticias (total general: 3400 ítems)



En las últimas décadas, la firma de las notas dejó de ser un privilegio de ciertos periodistas para extenderse a todos los colaboradores como práctica normal. Sin embargo, solo un cuarto del total de notas del cuerpo principal del diario estaban firmadas por periodistas de la redacción, sin contar las notas de opinión, que no fueron incluidas en la muestra. Dentro de las firmas, un 4,7% son de corresponsales, con una gran diferencia de presencia en los diarios: más de un 7% de las notas de CL y LN, mientras que sólo el 1% en P12 y el 0,15% en DP. De las notas firmadas, menos de un tercio correspondían a mujeres, La proporción menor de firmas femeninas se observa en P12, si se excluye DP, donde no se encontró ninguna nota firmada por una mujer.

Tabla 2:
Participación de periodistas mujeres y hombres en los diarios analizados (3400 noticias)

	Clarín	Diario Popular	La Nación	Página/12
Notas firmadas por mujeres	11%	0%	17%	7%
Notas firmadas por hombres	23%	2%	30%	19%
No se puede determinar (sin firma, cable de agencia)	66%	98%	54%	74%
	100%	100%	100%	100%

Si bien no existen en Argentina datos censales que permitan conocer los datos demográficos de los periodistas, las encuestas de alcance nacional vienen señalando un tercio de mujeres entre los entrevistados en los medios argentinos. Esta proporción surgió del muestreo nacional que se hizo para la encuesta de Worlds of Journalism y coincide con el porcentaje que contestaron las encuestas que FOPEA hizo en 2005, 2011 y 2014.[12] La proporción de mujeres del total de notas firmadas replica ese tercio estimado para la presencia de mujeres en el periodismo en general para los diarios LN (36%) y CL (33%) y es un poco menor en P12 (25%).

Este aspecto no puede analizarse sin considerar que la minoría de las mujeres en las redacciones fue una constante del

12 Un análisis completo de la situación de las mujeres en el periodismo argentino se publicó en Amado, A. (2017). “Las periodistas desde los estudios del periodismo: perfiles profesionales de las mujeres en los medios informativos”. *Cuestiones de Género*, 12, 325-346.

periodismo. La periodista Leila Guerriero[13] observa que es un problema que viene de generaciones anteriores, aunque en comparación con lo que ocurría treinta años atrás la presencia de las mujeres hoy es mayor: "En los años ochenta, cuando entré a *La Nación* recuerdo que una mujer me decía que en la redacción sólo se veían hombres". Para la periodista las explicaciones hay que buscarlas en "cuestiones culturales un poco perversas como que un empresario siga pensando con esa cabeza medio arcaica de que una mujer va a faltar por la reunión del colegio, va a faltar por la maternidad. Esas cuestiones están un poco instaladas en las empresas. Y los diarios son empresas. Por otra parte, no hay, salvo pocas excepciones, diarios que tengan sitios como guarderías, por ejemplo".

La minoría de mujeres en el total de noticias se puede explicar también por la distribución de firmas en relación con los temas de las noticias. Si se considera la totalidad de noticias analizadas, los diarios dedican más de un tercio de las noticias su cuerpo principal a la política, tema en el que se incluyeron las noticias sobre el funcionamiento del Estado (un cuarto de la muestra) y las cuestiones relacionadas con las campañas y las internas de los partidos (una de cada diez noticias). Estos rubros están en todos los diarios asignados mayormente a hombres. En comparación con este tercio de noticias que ponen el foco en los funcionarios

13 Leila Guerriero es periodista y escritora. Colabora para *La Nación* y *Rolling Stone*, de Argentina; *El País*, de España; *Gatopardo*, de México; *El Mercurio*, de Chile, y *L'Internazionale*, de Italia. Desde 2016 es directora de la especialización de periodismo narrativo de la Fundación Tomás Eloy Martínez. Fue entrevistada para este trabajo en mayo de 2017.

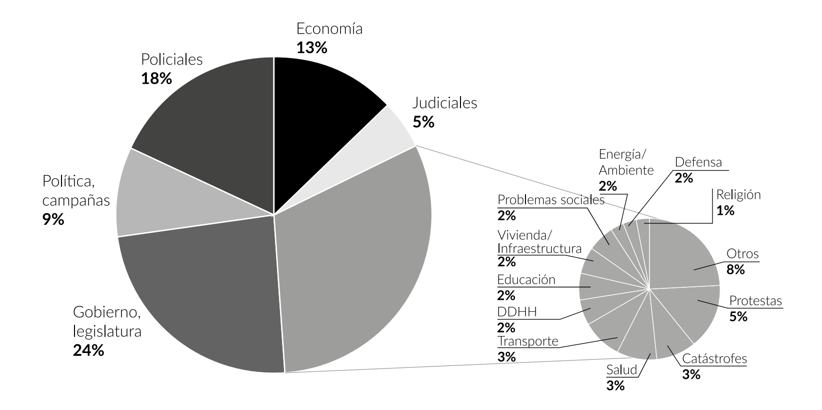
estatales, otro tercio engloba noticias con temas de interés ciudadano, tales como salud, energía, transporte, infraestructura, educación, derechos humanos, problemas sociales. A pesar de que se trata de temas de obvio interés general, ninguno de ellos representa más del uno o el tres por ciento, en el mejor de los casos, del total de las noticias de información general. Soledad Vallejos[14] explica que hoy en la Argentina "en redacciones cada vez más pequeñas y precarizadas, con menos gente fija y más colaboradores externos, la actualidad les gana a todos los temas. El resto de los temas pueden no tener presencia, salvo que sean *breaking news*". La expresión alude al concepto teórico de *hard news* o noticias duras, que son las que se ocupan de los eventos que entran en la agenda por criterios de temporalidad, es decir, por la urgencia en ser difundidas, tanto como a la importancia política y cultural del tema que incluyen.[15] La preeminencia de temas de gobierno y política en la agenda noticiosa muestra que para los diarios son esas las noticias centrales, planteando el concepto de importancia desde la autoridad de la fuente (es importante porque lo ha dicho una fuente importante) por sobre la relevancia del tema para el lector. También tiene que ver con el hecho que señalan varios investigadores con relación a que el achicamiento de las redacciones aumentó la dependencia del material producido por las fuentes, que no solo representa un

14 Soledad Vallejos es escritora y subeditora de la sección Sociedad en *Página 12*, diario al que ingresó hace 19 años y en el que escribió y editó el suplemento Las 12 entre 1998 y 2011. Es docente en el Instituto TEA y en la Universidad Torcuato Di Tella. Fue entrevistada para este trabajo en julio de 2017.

15 Pablo Boczkowski (2009), "Rethinking Hard and Soft News Production: From Common Ground to Divergent Paths". En *Journal of Communication*, vol. 59, nº 1, p. 100.

alto porcentaje de los textospublicados sino que llega a ser la totalidad de las imágenes.[16]

Gráfico 2:
Temas de las noticias de información general de los diarios analizados (2012-2013)



Que las secciones duras estén mayormente a cargo de hombres condiciona en gran medida la presencia de la mujer en las firmas, que tienen una mayor presencia en secciones que son minoritarias en cantidad de noticias, lo cual contribuye al desequilibrio. En el diario LN hay firmas de mujeres en rubros que en los otros diarios son mayormente asignados a hombres, como transporte, educación y religión, además de mantener el equilibrio en temas de protestas, salud, energía y medioambiente, y accidentes naturales. El

16 Cagé, J. (2016). *Salvar los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama; Amado A. (2016), *La prensa de la prensa: periodismo y relaciones públicas en la información*, Buenos Aires: Biblos.

diario CL muestra una mayor distribución de firmas en las notas que tienen como tema central salud, infraestructura, cobertura de desastres y otros (categoría que incluía cuestiones de estilo de vida, deportes, espectáculos), y hay mayoría de mujeres en la cobertura de protestas, energía y medioambiente y problemas sociales. P12 es el que menos presencia de mujeres tiene en las secciones con más noticias, como política y economía, y en la mayoría de los temas. Se observa más equilibrio en temas de campañas políticas, salud y derechos humanos.[17] Si bien Soledad Vallejos reconoce que son muy pocas mujeres en su sección de Sociedad de P12, señala que "el compromiso de una agenda periodística no necesariamente se refleja en la composición de una empresa periodística", remarcando la diferencia que hay entre el producto periodístico y el empresario. En ese sentido, debe señalarse que P12 edita el suplemento "Las 12", que se ocupa especialmente de brindar una perspectiva de género, pero los suplementos en general no fueron considerados para este estudio dado que se buscaba estudiar los modelos dominantes en el cuerpo central de cada diario. En cualquier caso, la proporción de mujeres muestra que no es igual en todos los diarios, ni son asignadas a los mismos temas, por lo que deja planteada la necesidad de profundizar en las cuestiones laborales en cada caso antes de generalizar conclusiones con relación a la presencia de mujeres en las redacciones.

17 Amado (2017), *op. cit*., p. 338.

Tabla 3:
Tema principal de las noticias firmadas por mujeres en el estudio Journalistic Role Performance, capítulo Argentina (N=973)[18] (grisado, participación mayoritaria; en negrita, distribución equilibrada de mujeres y hombres)

	Clarín		**La Nación**		**Página/12**	
	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones
Accidentes, desastres naturales	**54,5%**	**45,5%**	**55,6%**	**44,4%**	12,5%	87,5%
Campañas, elecciones	26,5%	73,5%	38,2%	61,8%	**58,3%**	**41,7%**
Tribunales	15,8%	84,2%	35,0%	65,0%		
Defensa	0,0%	100%	28,6%	71,4%		
Protestas, manifestaciones	61,1%	38,9%	**42,1%**	**57,9%**	**50,0%**	**50,0%**
Economía	33,8%	66,2%	11,5%	88,5%	4,5%	95,5%
Educación	27,3%	72,7%	80,0%	20,0%	16,7%	83,3%
Energía, medioambiente	75,0%	25,0%	**50,0%**	**50,0%**	0,0%	100,0%
Gobierno	22,2%	77,8%	34,0%	66,0%	9,3%	90,7%
Salud	**55,6%**	**44,4%**	66,7%	33,3%	**50,0%**	**50,0%**
Vivienda, infraestructura	**46,7%**	**53,3%**	28,6%	71,4%		
Derechos humanos	33,3%	66,7%	100%	0%	61,5%	38,5%
Otros	**44,4%**	**55,6%**	**56,0%**	**44,0%**	16,7%	83,3%
Policiales	29,1%	70,9%	26,8%	73,2%	37,9%	62,1%
Religiones	33,3%	66,7%	**50,0%**	**50,0%**	0,0%	100,0%
Problemas sociales	66,7%	33,3%	40,0%	60,0%	**50,0%**	**50,0%**
Transporte	28,6%	71,4%	**58,3%**	**41,7%**	20,0%	80,0%
Total general	33,6%	66,4%	36,1%	63,9%	25,6%	74,4%

18 Amado (2017), *op. cit.*, p. 338.

2. Prácticas profesionales de los diarios argentinos

Más allá de las posiciones editoriales y la adscripción política que pueda tener cada medio, las características formales de las noticias y las prácticas periodísticas son muy similares en los cuatro diarios analizados, lo que evidencia cierta homogeneidad en la selección de temáticas y el formato que se les asigna. Esta constatación pone en cuestión la presunción extendida de que la orientación empresarial o ideológica de los diarios determina las prácticas del periodismo, cuando son bastante uniformes más allá del medio. La observación de las noticias coincide con la percepción de los periodistas acerca de que las influencias empresariales no son tan críticas para la cobertura como las procedimentales, tales como el tipo de información y fuentes disponibles. El estudio Worlds of Journalism clasificó los factores de influencia percibida por los periodistas en cuatro campos: económico, político, organizacional y relacional. En el procesamiento de las respuestas a la encuesta global, realizada para la misma época que el estudio de los diarios, estos factores se agregaron para entender mejor las fuerzas que impactan en el trabajo periodístico. La opinión de la mayoría de los periodistas latinoamericanos es que cuentan con altos niveles de libertad para tomar las decisiones editoriales. No obstante, el análisis de cada factor muestra que la influencia política y de los grupos de pertenencia es más fuerte que las constricciones económicas o procedimentales, que operan de manera diferente en cada país. Considerando la influencia económica, los periodistas de Argentina aparecen en el percentil bajo México, a diferencia de El Salvador, Ecuador y Colombia, que aparecen en el percentil medio alto, y

Brasil y Chile en el medio.[19] La influencia de la política en el trabajo periodístico muestra casi la misma distribución, con excepción de que Argentina pasa al percentil medio alto.[20]

La alta proporción de temas políticos observada en los diarios guarda directa relación con el predominio de fuentes del Estado y de los partidos políticos, cualquiera sea el tema tratado. Una de cada tres fuentes que consultan los periodistas proviene del ámbito político, en contraste con el resto de las fuentes, que en el mejor de los casos representan una de cada diez consultadas. Claudio Savoia[21] recuerda el contexto político de tensión del gobierno de Cristina Fernández, que mantenía un enfrentamiento abierto con los medios críticos a la vez que privilegiaba con información y publicidad oficial a los que expresaban afinidad política. En el caso de los medios de la muestra, P12 y DP fueron los más alineados abiertamente con el gobierno nacional, mientras que LN y CL eran considerados adversarios, especialmente el diario CL, con quien el gobierno mantuvo un enfrentamiento público a partir del año 2009. Savoia señala que tanto unos como otros finalmente terminaron contribuyendo a la supremacía de las fuentes políticas en las noticias: "por oficialismo o porque también les pasó que la agenda política los comía". Las fuentes oficiales plantean un dilema porque son consideradas las más importantes, por su peso en

19 Worlds of Journalism, Key findings at a glance, "Economic Influence in Journalism" (map), disponible en http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/Illustration/Maps/Eco-Infl.png [consultado 5/6/17].

20 Ibid., "Political Influence in Journalism" (map), disponible en http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/Illustration/Maps/Pol-Infl.png [consultado 5/6/17].

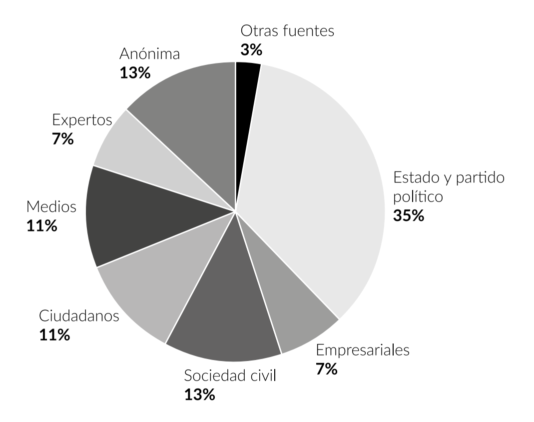
21 Claudio Savoia, periodista, editor de Política y Judiciales del diario *Clarín*. Fue entrevistado para este trabajo en mayo de 2017.

el sistema político, pero a la vez eran las que más dificultaban el acceso de la prensa en esos años. Hubo casos, como CL y LN, que no accedían a las fuentes oficiales de manera directa y tenían que reproducir el contenido de gacetillas de prensa oficiales o cadenas nacionales o comentarios en *off the record*. Pero incluso para los medios más afines al gobierno que gozaron de acceso diferencial al poder político, eso no significaba que en todo momento estuvieran accesibles al requerimiento periodístico.

Un redactor actualmente pasa más tiempo detrás de su computadora que paseando por la calle a la pesca de novedades. Y a la vez, la mayoría de los colaboradores de un diario no están dentro de la redacción ni trabajan en exclusividad para el diario. Eso hace que la información disponible sea un determinante para decidir una nota, con lo que las fuentes productivas tengan más peso en la agenda que aquellas que no tienen posibilidades de difundir su versión de los hechos. Las fuentes institucionales de la órbita estatal son más activas que los especialistas o los ciudadanos comunes, y ponen a disposición del sistema informativo muchas informaciones cada día, con formatos que permiten al periodista incluir una cita entre comillas de alguna autoridad, que al periodista le sirve para dar jerarquía a la noticia y al funcionario, difusión de su imagen. Las fuentes ciudadanas, en cambio, no siempre son tan accesibles con la inmediatez que requiere la edición del día siguiente, como los ubicuos jefes de prensa de las reparticiones, que trabajan de conseguir que su versión sea publicada. Incluso las fuentes empresariales son reacias a aparecer en prensa, especialmente si se trata de noticias críticas o con problemas, por lo que los temas que más requerirían la versión empresarial suelen ser los que menos cuentan con su presencia.

Para la codificación de las fuentes del estudio se registró cada fuente que el periodista consultaba para la nota, con independencia de las veces que aparecía citada en la nota. En función de ese criterio, se consignó cada vez que un tipo de fuente aparecía por lo menos una vez en la noticia, dato que se complementó con la identificación de cuál de todas era la fuente principal.

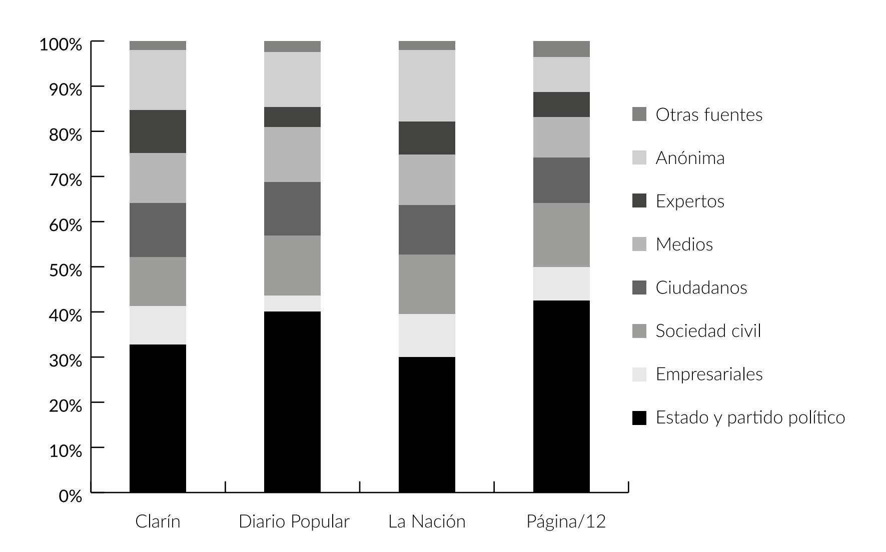
Gráfico 3:
Notas en las que aparecen los diversos tipos de fuentes (considerando el total de noticias)



La proporción se mantiene en todos los diarios, con un incremento en P12 y DP, donde la presencia de fuentes estatales y políticas supera el 40%. Son también los diarios de la muestra que tenían mayor acceso a esas fuentes y un importante aporte de publicidad oficial. En contraste, durante los años analizados, CL y LN tuvieron restricciones de acceso a fuentes del Poder Ejecutivo Nacional, que llegaron a la exclusión expresa en conferencias de prensa o

eventos públicos.[22] Sin embargo, esta restricción apenas reduce en un 10% la presencia mayoritaria de las fuentes oficiales. Esta constatación plantea la influencia de la información disponible en forma de gacetillas, redes sociales, transmisiones en cadena nacional o sitios en línea que facilitan la producción de una nota, en muchos casos con esa única fuente, que por ser oficial se considera suficiente para avalar la nota. La productividad de las fuentes institucionales en cuanto a la información que producen a diario no se equipara a ninguna otra fuente.

Gráfico 4:
Fuentes que aparecen en las notas de los diarios



22 Waisbord, S. (2013). *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*. Buenos Aires: Gedisa; Waisbord, S., & Amado, A. (2014). Periodismo partido al medio. En *La comunicación pública como espectáculo* (pp. 211-285). Buenos Aires: Konrad Adenauer.

Cuando se cruzan los temas con las fuentes se constata que los políticos y los funcionarios están presentes en casi todos los temas: son la fuente unilateral en los asuntos del Estado, donde no se contrapone su voz a la de los ciudadanos o expertos que pudieran servir de contraste. La idea de incluir más fuentes se basa en darle más confiabilidad a la información que se presenta. Leila Guerriero señala que "contrastar con otra fuente da otra visión, contradice aquello que se da como versión oficial. Si uno tiene como periodista alguna responsabilidad es tratar de ofrecerle al lector lecturas más complejas de la realidad, no en términos de buenos y malos. La fuente única lo que hace es achatar y por otro lado es algo peligroso porque si está una sola fuente que es la fuente del poder, sabemos que la fuente del poder cambia, cambia el poder político".

En los temas de gobierno, campañas, policiales, energía, transporte, infraestructura, catástrofes, los políticos son las fuentes más numerosas en los diarios, seguidas en cantidad por las fuentes anónimas, (es decir, cuando el informante se menciona sin identificar) y las notas sin fuentes. Esta alta proporción fue justificada por los periodistas consultados en la dificultad de los periodistas para acceder a testimonios para dar apoyo a la información, o en el condicionamiento de anonimato que ponían las fuentes para ofrecer información. De hecho, es una práctica en que los periodistas argentinos expresan más consenso: siete de cada diez consideran adecuado aceptar condicionamientos de la fuente para publicar una información, y otro tanto estarían dispuestos a omitir una información que comprometiera una fuente habitual.[23]

23 Amado (2016b), *op. cit*., p. 34.

Todo hace pensar que las fuentes anónimas se concentran en los temas de la política y el Estado. Savoia recuerda que "el anonimato fue un recurso para cuidar a algunas fuentes. En muchas de las notas que ustedes analizaron la fuente era el ministro o el jefe de gabinete. Pero no podían hablar. Entonces la única transacción posible era citarlas como fuentes cercanas al gobierno, fuentes *off the record*, fuentes oficiales. Pero en realidad era el ministro". El periodista señala que en esos años ni siquiera tenían acceso a las fuentes documentales oficiales, sumado a que en muchas áreas críticas como los delitos o el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) se dejó de producir datos confiables.

Las fuentes empresariales son mayoría en asuntos de economía y aparecen poco en temas críticos como transporte y energía, en las que son los prestadores principales de los servicios. Según Savoia, en esos años el gobierno también condicionaba el acceso a otras fuentes: "Los empresarios estaban amenazados, como también los sindicalistas. Lo vi en espectáculos, en actores que no querían hablar" con los periodistas del diario. Durante la entrevista recordó el caso de una inmobiliaria que fue criticada por la presidente en cadena nacional por hacer comentarios públicos sobre medidas del gobierno, lo que oficiaba de disuasivo para cualquier crítica pública.[24] En algunos casos, las represalias que

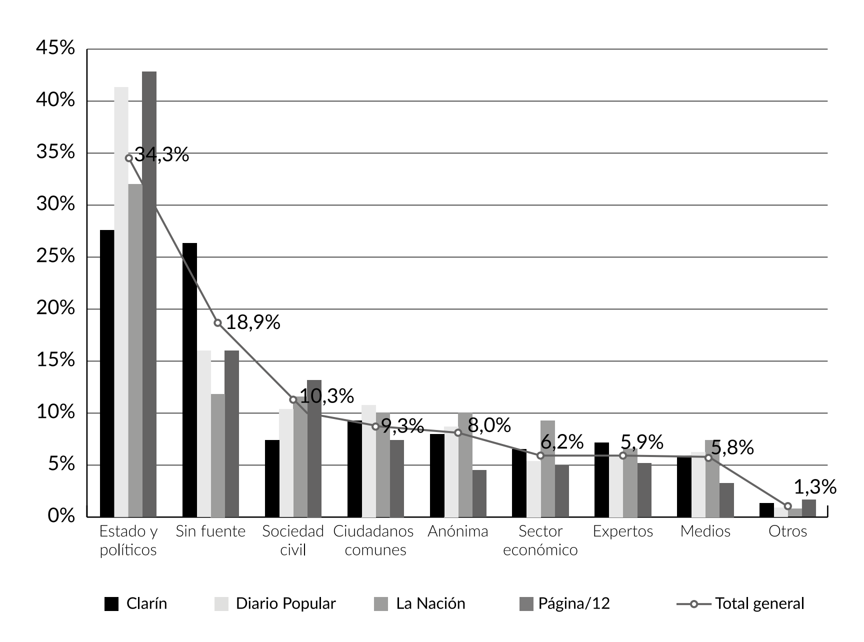
24 El caso ocurrió en julio de 2012 y es ilustrativo de cómo ciertas medidas contra una persona podían operar como correctivos para disuadir a los empresarios a expresarse en público contra el gobierno. Los títulos de las noticias del caso muestran el impacto que tuvo en su momento y la diferencia de tratamiento entre los diarios: Alfredo Sáiz, "Inhabilitan a un empresario que se quejó de la baja en las ventas", *La Nación*, 13/7/2012, en http://www.lanacion.com.ar/

podía tomar el gobierno podían ser más directas, tales como inspecciones impositivas, restricciones a insumos, entre otras medidas discriminatorias.

Estas circunstancias se reflejan en la diferencia entre diarios con relación a la fuente principal de las noticias, es decir, aquella a la que se concede más espacio o se menciona con más frecuencia en las notas. La fuente política es la que predomina, en una proporción de tres a uno. Sin embargo, la mención supera el 40% para P12 y DP, que da cuenta de la accesibilidad a las fuentes oficiales. Como contracara, los diarios CL y LN son los que tienen mayor proporción de fuentes no develadas. Esta preeminencia de fuentes políticas obedece más a altos niveles de productividad y generación de contenidos, pero no necesariamente de accesibilidad para los periodistas. Aclara Soledad Vallejos que “los políticos a veces no te buscan y es difícil llegar a ellos”.

1489986-inhabilitan-a-un-empresario-que-se-quejo-de-la-baja-en-las-ventas; “ADEPA lamentó el ‘escrache’ de la Presidenta al empresario Toselli”, *La Nación*, 14/7/2012; http://www.lanacion.com.ar/1490474-adepa-lamento-el-escrache-de-la-presidenta-al-empresario-toselli; “El ‘desagravio’ inmobiliario”, *Página 12*, 25/7/2012, en https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/ 1-199518-2012-07-25.html; “El empresario inmobiliario criticado por Cristina rompió el silencio: ‘Solo dijimos la verdad’”, *Clarín*, 19/2/2013, en https://www.clarin.com/politica/empresario-inmobiliario-escrachado-cristina-solo_0_Hkcgy1soDQl.html.

Gráfico 5:
Fuente principal en las noticias analizadas (porcentaje del total)



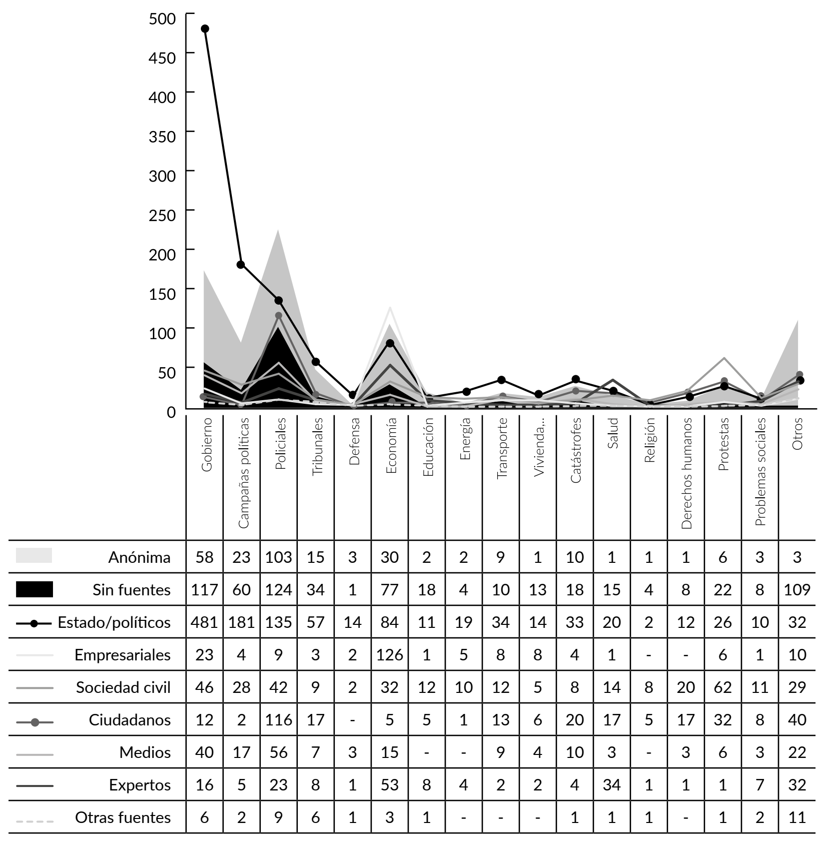
La poca diversidad de fuentes que se detecta en la muestra no se explica por una única causa, pero que sea una práctica que se da por igual en toda la muestra hace pensar en algo aceptado en el periodismo argentino. Carlos Guyot[25] señala que el periodismo no respondió adecuadamente a las circunstancias, porque "[h]ubo mucha mayor tolerancia de los editores en la conducción de una redacción, a las fuentes anónimas. Porque verdaderamente los empresarios no querían hablar en *on [the record]* porque les pegaban al

25 Carlos Guyot fue secretario general de Redacción en *La Nación* desde marzo de 2014 hasta julio de 2017, diario en el que se desempeñó por veinte años, donde también se desempeñó como director de Arte y director de Innovación. Fue entrevistado para este trabajo en mayo de 2017.

día siguiente por cadena nacional". El clima político fue un factor al que la prensa no opuso resistencia ni encontró soluciones creativas para superar las restricciones. Para Guyot, "el periodismo, en promedio, no respondió bien. No estuvo a la altura. Cayó en la trampa. Por ese tipo de distorsiones yo creo que el periodismo empeoró en estos últimos 10 años. Y posiblemente, cuando uno baja un estándar y se habitúa, pierde la referencia y naturaliza".

Por cada cuatro noticias en que los funcionarios o políticos son fuente principal, los ciudadanos comunes lo son en una de cada diez noticias, tanto como la sociedad civil organizada, dentro de las que se consideraron las organizaciones no gubernamentales, las sindicales y religiosas. La sociedad civil aparece como fuente principal en las protestas, especialmente a través de sindicatos y organizaciones sociales. Pero los ciudadanos no son fuente central en ningún tema: solo en policiales y crímenes aparecen como fuente relevante pero en cuarto orden, después de las fuentes anónimas, las más frecuentes en este tipo de notas, seguida de los funcionarios del Estado y las notas que carecen de fuentes. Contrariamente a lo que plantea la crítica corriente de que los medios se consultan a sí mismos, en la edición impresa de los diarios los medios, incluyendo en esta categoría otros medios de la competencia, agencias y redes sociales, son fuente principal solo en una de cada veinte notas. Los medios como fuente tienen alguna presencia en notas de política, relacionada con el hecho de que muchas veces parten de declaraciones que los políticos hicieron en la televisión o en sus redes sociales (en esos casos, dado que el periodista no accede directamente al político, se consignaba como fuente de la noticia el medio del que tomaba la declaración). Eso se constata en que dos de cada cinco notas se apoyan en fuentes no personales.

Gráfico 6:
Cantidad de notas en las que aparecen los distintos tipos de fuente, según el tema principal



	Gobierno	Campañas políticas	Policiales	Tribunales	Defensa	Economía	Educación	Energía	Transporte	Vivienda...	Catástrofes	Salud	Religión	Derechos humanos	Protestas	Problemas sociales	Otros
Anónima	58	23	103	15	3	30	2	2	9	1	10	1	1	1	6	3	3
Sin fuentes	117	60	124	34	1	77	18	4	10	13	18	15	4	8	22	8	109
Estado/políticos	481	181	135	57	14	84	11	19	34	14	33	20	2	12	26	10	32
Empresariales	23	4	9	3	2	126	1	5	8	8	4	1	-	-	6	1	10
Sociedad civil	46	28	42	9	2	32	12	10	12	5	8	14	8	20	62	11	29
Ciudadanos	12	2	116	17	-	5	5	1	13	6	20	17	5	17	32	8	40
Medios	40	17	56	7	3	15	-	-	9	4	10	3	-	3	6	3	22
Expertos	16	5	23	8	1	53	8	4	2	2	4	34	1	1	1	7	32
Otras fuentes	6	2	9	6	1	3	1	-	-	-	1	1	1	-	1	2	11

El dato de cuáles son las fuentes principales debe leerse junto con la cantidad de fuentes promedio que tienen las noticias analizadas, la mayoría de las cuales se apoyan en una única fuente. Los diarios con mayor presencia de fuentes estatales, P12 y DP, son también los diarios con más proporción de fuente única. Esta práctica es justificada, mayormente, por la celeridad con que se produce la información: de acuerdo con la encuesta Worlds of

Journalism, los periodistas entrevistados publican en promedio 33 notas semanales y una mediana estadística de 20 noticias producidas por semana,[26] por encima de la media de 25 notas por semana de los periodistas de Latinoamérica.[27] Soledad Vallejos añade que la precarización laboral que alcanza a los periodistas los obliga al pluriempleo, que lleva a que casi todos los colaboradores de la redacción tengan varias ocupaciones.

Sin embargo, Leila Guerriero considera que, en cualquier caso, no toda noticia puede ser tratada con celeridad porque "los periódicos no son hospitales de guerra. Lo puedo entender en el caso de una tragedia porque trabajás rápido. Pero el resto no es corresponsalía de guerra". La periodista recurre a la tradicional regla de tres fuentes, según la cual "si entrevisto víctimas tengo que entrevistar a victimarios y si entrevisto victimarios tengo que entrevistar a las víctimas". Señala también que se trata de volver "a la idea del periodismo un poco más viejo: la figura del editor, que piensa con sus periodistas y no acepta como publicable una nota en la que no estén contrastados los datos, las fuentes, donde no haya voces que se contradigan entre sí. De lo contrario, para mí, eso no sería una noticia".

Para el periodista Martín Caparrós,[28] para que una noticia esté bien hecha tiene que tener la mayor cantidad de material posible

26 Amado y Bongiovanni, en Amado (2016a), *Op. cit*., p. 127.

27 Amado et al. (2016), *op. cit*., p. 12.

28 Martín Caparrós es periodista, escritor e historiador. Se inició en el periodismo en 1973 en el diario *Noticias* y fue editor de la revista *El Porteño*, y formó parte de la creación del diario *Página/12*. Actualmente colabora en *El País* (España) y *The New York Times*. Recibió numerosos premios y reconocimientos por su obra literaria y periodística. El más reciente galardón es el Premio María Moors Cabot que otorga la Universidad de Columbia, que recibió en 2017 por su aporte al periodismo literario y en reconocimiento a su reciente libro *El hambre*, traducido a varios idiomas. Fue contactado por correo electrónico en julio de 2017.

pero eso no necesariamente son fuentes: "Nunca creí en esa idea norteamericana de que hay que tener por lo menos equis 'fuentes' para que una noticia sea válida porque su justificación es que así consiguen la 'neutralidad' (por no decir 'objetividad') informativa que sus escuelas aprecian tanto". Lo que llama la atención es que consultar fuentes no significa, de por sí, aportar mayor información a la noticia si la consulta se limita a recabar la opinión de las fuentes. En ese sentido, la autoridad de la fuente se usa en muchos casos como respaldo para citar los dichos entre comillas sin que se sometan a chequeo, es decir, dejándolos como opinión de la fuente y no como información que proporciona. Una de cada cuatro notas analizadas incluye oraciones en potencial, pero el uso del potencial sube a más de un tercio cuando la fuente principal se consigna como anónima (P12, 50%; CL, 37,4%; LN, 33,8%; DP, 30%) o es el Estado, con diferencia para los diarios con mayor presencia de fuentes estatales como P12 y DP (LN, 32,3%; CL, 27,7%; P12, 24,5%; DP, 15,3%). El uso del potencial es más sensible al tipo de fuente o de tema que a otras variables, al punto de que DP es el diario que ofrece menos fuentes y menos información verificable (61,7%); también es el que menos usa potencial (DP, 16%).

El uso de una fuente única en más de la mitad de las notas se relaciona con que el 58% de las noticias presenta una perspectiva unilateral del tema que reportan, y solo 23% presenta diversidad de fuentes o puntos de vista. Esta práctica también es común a todos los diarios, con una leve tendencia a la cobertura unilateral en los diarios que dan mayor presencia a las fuentes oficiales (P12 y DP), donde la cobertura unilateral es la constante en 6 de cada 10 noticias.

Gráfico 7:
Cantidad de fuentes de cada nota

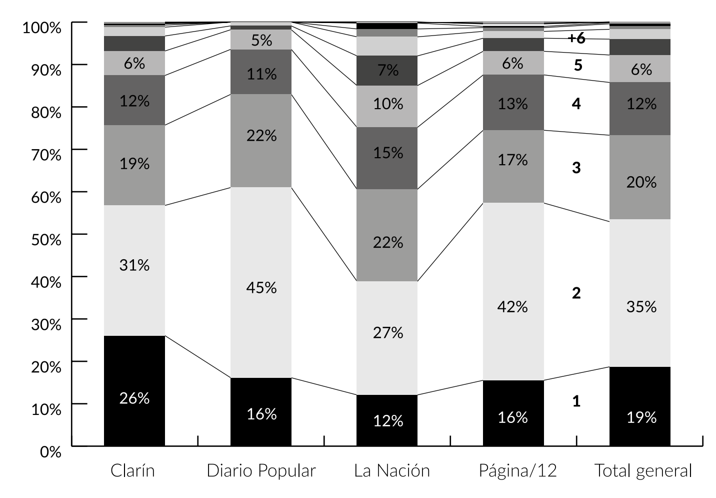
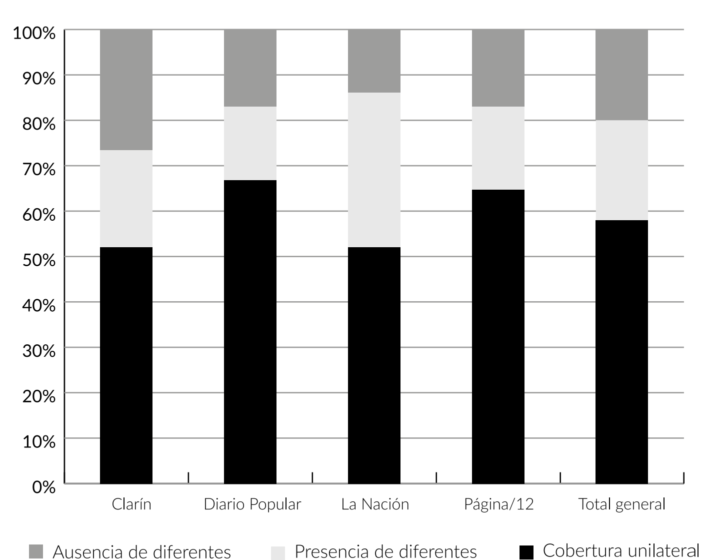


Gráfico 8:
Porcentaje de noticias con cobertura con diversidad de perspectivas

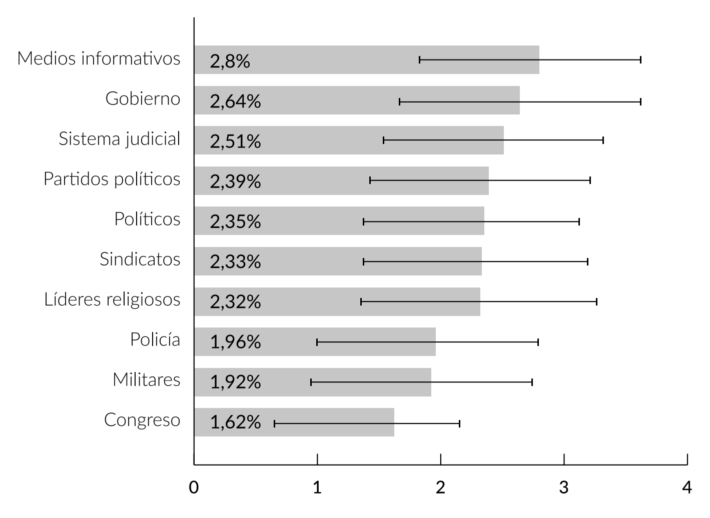


La importancia que los diarios dan a los políticos y funcionarios en las noticias entra en tensión con la poca confianza que despiertan esos actores entre los periodistas. La encuesta global de Worlds of Journalism muestra que ninguna de las fuentes más citadas supera la calificación media en el rango de valoración de cinco puntos que se solicitaba a los entrevistados. La encuesta permite comparar el nivel de confianza de otros países, y los datos globales muestran que los niveles de confianza de los periodistas argentinos se asemejan, si no están por debajo, a los de otros países latinoamericanos y de países europeos como Albania, Kosovo, Letonia y República Checa. Los contextos en que se ejerce el periodismo en la Argentina comparten características con estos países de América Latina y muchos países del sur de Europa: baja circulación de diarios, tradición de periodismo de intervención, instrumentalización de los medios privados, politización de los medios estatales y poca autonomía del periodismo. Estos factores se ven reflejados en el tipo de cobertura que tienen los diarios argentinos en cuanto a un periodismo más de interpretación que de datos duros, muy enfocado en la discusión política más que en los temas de vida cotidiana de la ciudadanía. Para Norma Morandini[29] esta preeminencia de un periodismo de opinión centrado muchas veces más en agresiones que en argumentos proviene del lugar que ocupa la prensa en la historia argentina reciente: “Hay una escasa conciencia del papel de la prensa como inherente al sistema

29 Norma Morandini es periodista y escritora. Fue corresponsal sudamericana de la revista española *Cambio 16* (1978-1998) y columnista del diario *Clarín* (1998-2006), entre otros medios. Actualmente es directora del Observatorio de Derechos Humanos del Senado de la Nación Argentina. Fue entrevistada para este trabajo en julio de 2017.

democrático. Hemos tenido cincuenta años de autoritarismo que han impregnado todo. Tenemos una tendencia fuerte a ocultarnos para decir cosas. No hemos sentado los principios de la prensa en un sistema democrático. Y si no hay libertad de prensa no hay democracia".

Gráfico 9:
Confianza en las instituciones de los periodistas argentinos (escala de valoración de 1 a 5, con barras de desviación estándar)[30]



La preeminencia de fuentes políticas da cuenta de factores de influencia externos como la presión del poder político, que en el sistema de medios argentino se manifestó en esos años en cuestiones de financiamiento y de medidas gubernamentales que tuvieron como eje la incidencia en el mercado de medios. Pero también es un asunto de rutinas productivas en la medida en que

30 Amado (2016b), *op. cit*., p. 28.

las condiciones de trabajo y la falta de recursos para la iniciativa periodística favorecen la incidencia de las fuentes institucionales. La productividad de declaraciones y eventos programados de las fuentes organizadas contrasta con la celeridad que se imponen los medios en la difusión de estas novedades, que achican los tiempos de chequeo y de contraste con fuentes alternativas.

Daniel Dessein,[31] desde su mirada de dirigente de asociaciones profesionales, contextualiza esas conclusiones en las tendencias generales del negocio de los medios: "Tiene que ver, en parte, con la crisis de la industria, con redacciones más débiles, en el sentido que están más presionados a sistemas de producción de modelo acumulativo. Son redacciones más chicas con menos recursos, que tienden a veces a cierto facilismo. Y por otro lado son más vulnerables a cooptaciones por parte del poder".

3. Los roles periodísticos en las noticias

El estudio Journalistic Role Performance tiene como objetivo principal analizar en las noticias, a partir de la identificación de determinados indicadores, diferentes estilos de prácticas periodísticas.[32] Esos indicadores están asociados a diferentes modelos de ejercicio profesional que permiten identificar tendencias de

31 Daniel Dessein es periodista del diario *La Gaceta* (Tucumán) y vicepresidente regional de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa), presidente de ADEPA (Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas), miembro del directorio de la agencia de noticias DyN (Diarios y Noticias) y miembro del Board de WAN-IFRA (Asociación Mundial de Periódicos). Fue entrevistado para este trabajo en julio de 2017.

32 Mellado et al. (2016), op. cit.

reporteo en los distintos países y diferencias y similitudes entre los medios que se incluyen en el estudio. El enfoque recuerda que no hay una única manera de ejercer el periodismo porque existen distintos enfoques que tienen que ver con la cultura periodística pero también con el foco de las noticias y el público al que van dirigidas. El estudio propone analizar la "performance periodística" a través de tres grandes dominios: la presencia de la voz del periodista en las noticias, las relaciones con el poder y la forma en que el periodismo se dirige a la audiencia. Esta aproximación permite delimitar seis modelos de periodismo: el periodismo intervencionista, el vigilante (conocido como *watchdog*), el leal o facilitador, el periodismo de servicio, el periodismo de infoentretenimiento y el periodismo cívico. Cada uno de estos modelos se define por ciertas características que se expresan en indicadores para el análisis:[33]

- **Periodismo intervencionista:** este tipo de periodismo está presente en las noticias cuando el reportero toma partido en la historia a través de opiniones o juicios de valor sobre aquello que informa. Utiliza la interpretación como parte de su narrativa, propone y demanda cambios en cualquier ámbito. Es un estilo de periodismo que tiende a emplear adjetivos y narrar en primera persona.

- **Periodismo vigilante (*watchdog*):** este rol se enfoca en el monitoreo a actores de poder a través de casos de co-

33 Mellado C. (2015), Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies* 16(4), pp. 601 y ss.

rrupción, fraudes o delitos que los involucran. Para ello el medio puede desarrollar investigación propia o basarse en información tomada de expedientes judiciales o investigaciones de terceros sobre casos en los cuales el poder político o económico está involucrado, cuestionando la validez y veracidad de los hechos que estos plantean, criticando a los actores de poder o directamente denunciando ilícitos.

- **Periodismo leal-facilitador (*loyal-facilitator*):** este tipo de periodismo se enfoca en el poder político y económico desde el apoyo expreso a actividades institucionales o políticas públicas, o la difusión de imagen positiva de las elites. En otra variante, este tipo de periodismo exalta los valores nacionales, a través de las expresiones de patriotismo, la comparación con el mundo, y los triunfos o el progreso del país.

- **Periodismo de servicio:** se dirige a la audiencia en su condición de consumidora de bienes y servicios en general, sobre los que ofrece información de orientación del consumo, así como consejos para la vida cotidiana o para la solución de problemas personales.

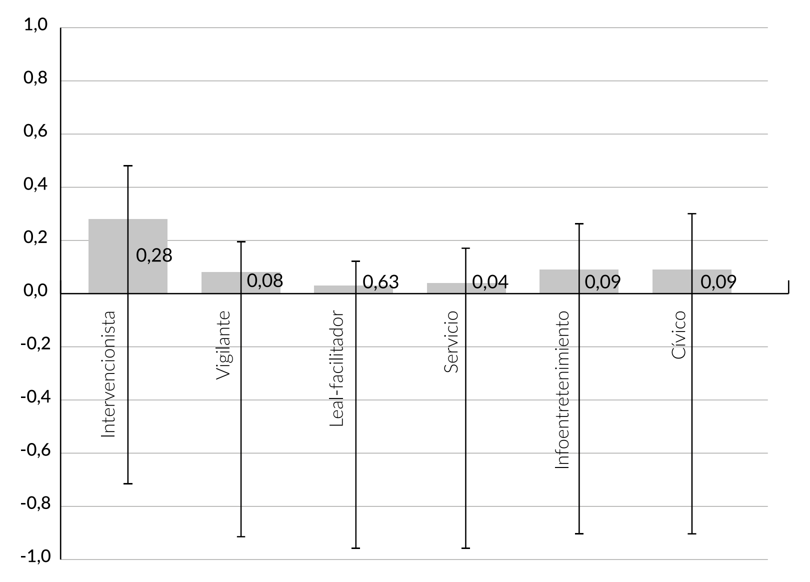
- **Periodismo de infoentretenimiento (*infotainment*):** este tipo de periodismo intenta atraer al público como espectador de los medios con una narrativa que usa la personalización de los protagonistas, el tratamiento de cuestiones de vida privada o escándalos. El estilo se apoya en el sensacionalismo, las emociones o el morbo, definido

como la inclusión de detalles concretos de actos de violencia, crímenes o escenas sexuales de la noticia o sus protagonistas.

- **Periodismo cívico:** esta práctica periodística considera al ciudadano desde sus demandas y derechos cívicos, por lo que se ocupa especialmente de las manifestaciones sociales, los eventos políticos y la expresión de voces de grupos sociales diversos.

La cuantificación de la presencia de los indicadores de los roles de periodismo permite apreciar el peso relativo de cada uno de ellos en los diarios argentinos. Cada indicador se codificó a partir del contenido manifiesto (la presencia se codifica 1 y la ausencia del indicador, 0). Los ítems fueron recodificados, de modo tal que las más altas puntuaciones de todos los ítems combinados (rango: 0-1) pudieran resultar en una puntuación final por cada rol para cada artículo. Así, la puntuación más alta expresó la mayor presencia de cada dimensión del rol periodístico en la práctica y viceversa. Para propósitos descriptivos se calcularon las puntuaciones en bruto (suma de puntos dividida por el total de ítems en cada rol). Este cálculo señala que el modelo con más presencia en las noticias analizadas es el intervencionista, basado en la opinión y la interpretación del periodista, en contraste con el menos manifestado, el modelo leal-facilitador. En proporción similar aparecen los modelos de infoentretenimiento y cívico, seguidos por el periodismo vigilante. Los modelos que menos indicadores tienen son el de servicio y el facilitador.

Gráfico 10:
Roles identificados en los diarios argentinos (media con barras de desviación estándar)



4. Los periodistas argentinos frente al poder: interpretación más que investigación

Los modelos considerados en el estudio surgen de agrupar prácticas y actitudes para el reporteo. En cada noticia existen indicadores de distintos modelos, porque no hay una forma única de reportear, con lo que la agregación de esos distintos indicadores permite cuantificar los elementos que corresponden a cada modelo y conocer cuáles son los más recurrentes a la hora de producir una noticia.

La importancia dada al rol diseminador o intervencionista es coincidente con la tendencia entre los periodistas argentinos de

priorizar su parecer sobre los hechos más que dar cuenta de los hechos. Proveer análisis sobre temas de actualidad es una función señalada como extremadamente importante o muy importante por la mayoría de los periodistas argentinos (79,9%), así como incidir en la agenda política, influir en la opinión pública y motivar la participación son mencionados como una función extremadamente importante o muy importante por más de la mitad de los encuestados en el estudio global.[34]

Esta opinión se refleja en la alta la presencia de la interpretación de lo que se reporta, aun cuando en más de la mitad de la notas no se ofrezcan evidencias empíricas para los hechos. Una derivación de este abordaje de las noticias es la idea de que alcanza con que varias fuentes se expresen para lograr equilibrio la noticia. Martín Caparrós dice que no cree que "un periodista deba ser una plataforma para que dos o tres sectores digan lo que piensan sobre un asunto. Debe ser alguien que trabaje sobre ese asunto y cuente lo que averiguó y entendió, no lo que opinan sus 'fuentes' o lo que creía antes de empezar a trabajar". Esta forma de producir noticias puede explicar la débil base fáctica que se encontró en la muestra analizada y la preponderancia de fuentes de poder.

En lo que hace a lo formal, esta toma de posición en lo que se cuenta no se expresa en una escritura en primera persona ni a través de propuestas que pueda hacer el periodista con relación a la situación que describe, que aparecen en muy pocos casos. Se trata de un periodismo más valorativo, expresado en el profuso

34 Amado (2016b), *op. cit.*, p. 36.

uso de adjetivos calificativos, el indicador más alto, presente en siete de cada diez noticias analizadas en todos los diarios en similar proporción. No puede dejar de asociarse esa tendencia al prestigio que tiene el periodismo narrativo en Latinoamérica. No obstante, aplicar alguno de los rasgos de ese periodismo a la noticia cotidiana no la convierte en crónica literaria (de hecho, es muy baja la presencia de crónicas en la muestra). Como recuerda el especialista en este género Martín Caparrós: "Así como la patria es el refugio de los canallas, el adjetivo es el refugio de los menesterosos: cuando no hay mucho que contar y no se sabe cómo contarlo, se tira de adjetivos, que parecen darle a un texto cierto fulgor, cuando sólo le dan ridículo y tedio. Los adjetivos, claro, son fundamentales en cualquier texto pero, para que lo sean, hay que administrarlos, retacearlos, darles su lugar: que cuando aparece uno sea el acontecimiento que queremos que sea, así dice lo que debe decir".

Tabla 4:
Indicadores del modelo intervencionista

Indicador	Presencia en noticias
Opinión del periodista	20,2%
Interpretación	44.6%
Propuesta/Demanda	1.9%
Adjetivos	71.8%
Primera persona	1.7%

La interpretación es un estilo que se plantea como contrario del periodismo basado en hechos, ya que el periodista intenta dar explicaciones de posibles implicancias de los hechos, o proponer

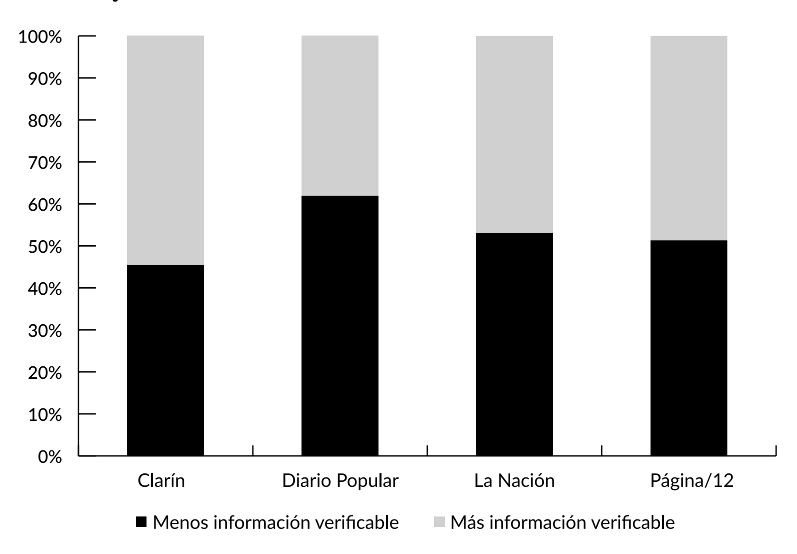
causas y consecuencias, y se observa en la mitad de las noticias de CL, LN y P12, y de un tercio en DP. La opinión del periodista aparece en menor proporción, en una de cada cinco noticias. Para Savoia se trata de una tendencia que surge de la demanda de los lectores: "Yo siempre fui de la escuela del dato, de la investigación, y veo que en este momento se pide mucha explicación. Te doy una noticia pero al mismo momento te digo que no va a pasar nada. Creo que hay demanda de interpretación".

Esta preferencia por un estilo más interpretativo no puede analizarse separada del hecho de que se ofrece al lector poca información verificable, es decir, datos y cifras que apoyen las aseveraciones de quien escribe la nota, en menos de la mitad de noticias. Eso significa que la mitad de las notas no ofrece datos o cifras que respalden las opiniones e interpretaciones realizadas por los periodistas, que se refuerza con la presencia de condicionales en una de cada cinco noticias.

Al analizar las posibles razones que motorizan esta tendencia, Carlos Guyot lo atribuye al "desprecio por la noticia como género" puro, que lleva a considerar que "el cronista de calle es un periodista de segunda categoría. Contar lo que pasó, lo que viste, es el primer peldaño de la profesión", pero muchos creen que es un lugar que debe superarse rápidamente. Para Leila Guerriero, en estos últimos años en la Argentina toda noticia política se confundió con una especie de editorial, "una especie de voluntarismo del periodista, que quisiera que la realidad sea de una determinada manera. Yo veo mucho sesgo ya desde el planteo de la nota, desde el foco, no sólo con las fuentes, como que se tiene la hipótesis y después se hace que toda la realidad encaje en esa hipótesis. Es lo

contrario al periodismo de investigación, que va a descubrir algo que no quiere ser descubierto".

Gráfico 11:
Porcentaje de noticias con información verificable



La presencia de la voz del periodista que define el periodismo de intervención triplica los indicadores que definen el periodismo de control de los actores de poder. Este modelo, que se caracteriza por la investigación periodística impulsada por los diarios, presente en menos de una nota cada cien (LN es el que tiene más notas de investigación, con 1,62%). Los artículos que presentan indicadores de este modelo provienen de investigaciones de terceros y de expedientes judiciales, con presencia similar en todos los medios, con un espacio levemente superior en los diarios P12 (17,6%) y LN (16,7%).

Al ser consultado sobre estos datos, Carlos Guyot plantea que, más que ver el porcentaje, debe evaluarse el impacto del periodismo de investigación: “El valor de Hugo Alconada Mon no tiene nada que ver con la cantidad. Si él publica una nota por mes con una primicia como la de Hotesur o de los Panamá Papers,[35] no me preocupa la productividad. Va a tener más relevancia esa nota que otras cincuenta notas de investigación”. Hace referencia a un periodista de *La Nación* que se ha convertido en la referencia de este tipo de periodismo en función de importantes investigaciones relacionadas con la corrupción, que luego han tenido impacto judicial, invirtiendo la lógica del periodismo que difunde como investigaciones los procesos judiciales. También Daniel Dessein refiere al mismo periodista para explicar por qué es un periodismo que se va debilitando por las ecuaciones económicas de los medios: “En la Argentina se ven pocos casos y en el interior es escasísimo. Alconada Mon comenta que puede pasar tres años trabajando en una investigación sin escribir una línea sobre eso porque sus jefes apuestan a ese trabajo. Implica pagarle a una persona que está haciendo una investigación que quizás no se ve o no se vea nunca. Es un esfuerzo que a veces no se traduce en impacto o en circulación, sino que tiene que ver con intangibles como el prestigio, con la marca y la credibilidad”.

35 Los casos que menciona refieren a Hotesur, una empresa sospechada de corrupción y vinculada a los mandatarios Kirchner. Los Panamá Papers fueron una filtración de impacto global, cuya investigación fue manejada por un consorcio internacional de periodistas, del que participa el periodista Alconada Mon.

Tabla 5:
Indicadores del modelo vigilante

Indicador	Presencia en noticias
Investigación externa	4,1%
Investigación periodística	0,9%
Información de expedientes	14,5%
Cuestionamiento del periodista	6%
Cuestionamiento de un tercero	10,8%
Crítica del periodista	6,1%
Crítica de un tercero	19,6%
Denuncia del periodista	2,5%
Denuncia de un tercero	11,6%
Conflicto con el poder	0,8%

El hecho de que la vigilancia del poder no resulte de la iniciativa periodística sino de información de terceros que el periodista recoge en sus notas se observa también en que predomina la perspectiva externa. Las denuncias de ilícitos, críticas a acciones y cuestionamientos de veracidad de declaraciones impulsadas por terceros son, en todos los casos, más que las impulsadas por el periodista. En promedio, los diarios les asignan una mayor presencia a críticas (19,59%), denuncias (11,62%) y cuestionamientos (10,82%) realizados por terceros, que se reducen a más de la mitad cuando se trata de cuestionamientos (5,97%) y críticas (6,09%) de los periodistas, que son menor proporción aun cuando se trata de denuncias (2,50%) de delitos concretos y desviaciones de la ley impulsadas por el reportero. Para Guyot no es menos periodismo de investigación aquel que se basa en la denuncia de un tercero.

Coincidente con la mención que hicieron del trabajo del periodista Alconada Mon, el diario LN tiene más noticias dedicadas a cuestionamientos, críticas o denuncias de algún hecho ilícito, tanto por parte del periodista como de terceros. También es el diario que registra más noticias con elementos de periodismo de investigación propio, duplicando la presencia de CL y P12. Este indicador de periodismo de investigación prácticamente no se detectó en DP.

Un indicador relevante de la posición que el periodismo asume frente al poder es el de conflicto, que mide la presencia de evidencia de confrontación entre el periodista y uno o más de los poderes investigados. Aparece en la noticia cuando el autor invoca como oponente a la fuente o a un actor de poder, haciendo explícitas confrontaciones físicas, amenazas o acoso, o negativa de acceso a la información, entre otros. A pesar de que durante los años analizados muchos medios y periodistas acusaron públicamente intromisión del poder en las prácticas periodísticas,[36] casi no se hicieron explícitas para los lectores de esos diarios. No obstante, la presencia es más alta para los diarios críticos (CL, 1,0%; LN, 1,1%) que para los diarios con una posición explícitamente oficialista (DP, 0,1%; P12, 0,6%). Sobre este punto, Claudio Savoia recuerda algunos editoriales del diario que hablaron de esos inconvenientes, aunque cree que se debió a que la extensión del conflicto terminó naturalizándolo: “Lo que pasó es que el conflicto del gobierno con Clarín fue tan largo que derivó derivó en una

36 Archivo de los comunicados del Foro de Periodismo Argentino, en http://www.fopea.org/category/comunicados/.

especie de acostumbramiento. Aparte estábamos medio solos, no había mucho acompañamiento”.

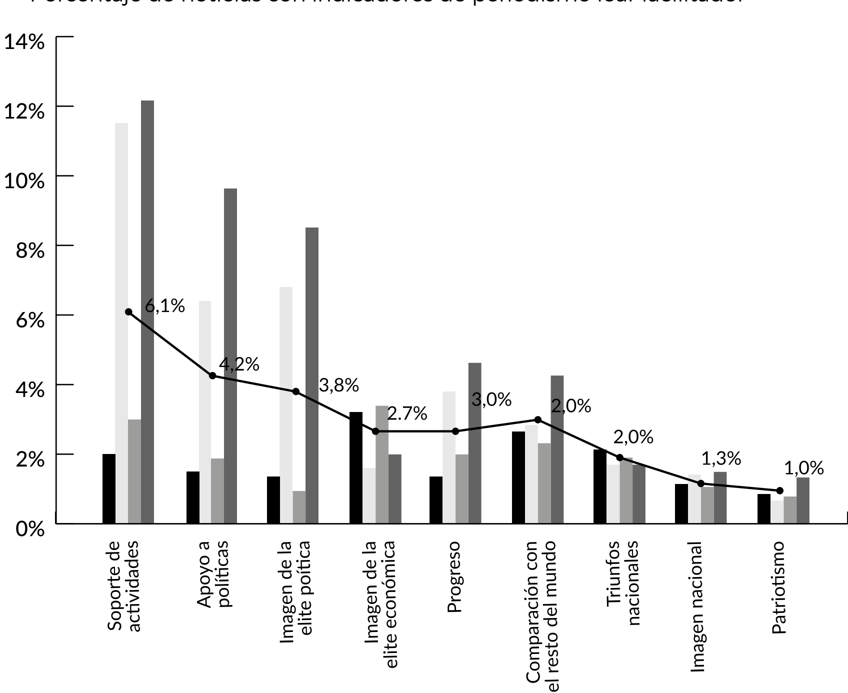
Otra forma de manifestar el vínculo del periodista con el poder es el ejercicio de un periodismo leal, que hace explícita su adhesión a las actividades de las fuentes institucionales o su patriotismo. Este es el modelo de menor presencia, a pesar del peso que tienen las voces de las fuentes oficiales y los temas que las involucran.

Tabla 6:
Indicadores del modelo leal-facilitador

Indicador	Presencia en noticias
Defensa/apoyo actividades de los poderes políticos y económicos	6,1%
Defensa/apoyo políticas nacionales	4,2%
Imagen positiva de la elite política	3,8%
Imagen positiva de la elite económica	2,7%
Progreso/éxito	2,7%
Comparación con el resto del mundo	3%
Triunfos nacionales	2%
Promoción de la imagen del país	1.3%
Patriotismo	1%

El indicador más alto es el que da cuenta del apoyo a actividades o políticas de los poderes, que alcanza el 6,1% de las noticias. Los indicadores orientados al patriotismo y a la exaltación nacional tienen menos presencia. En todos los casos hay una importante diferencia entre los diarios de mayor cercanía a las fuentes gubernamentales, P12 y DP, que muestran mayor cantidad de noticias para todos los indicadores con excepción de aquellos que exaltan la imagen de la elite económica.

Gráfico 12:
Porcentaje de noticias con indicadores de periodismo leal-facilitador



5. Los diarios y los ciudadanos: cómo les hablan a sus públicos

Cada diario configura su propia comunidad de lectores no solo a partir de los contenidos y el enfoque ideológico que elija para dar las noticias. El periodismo puede dirigirse a los ciudadanos en su condición de consumidores de bienes y servicios, eligiendo un modelo de periodismo de servicio. Cuando se interpela a los públicos en su calidad de lectores se priorizan las narrativas de impacto que puedan atraerlos a las noticias. En cambio, cuando

se incluye a los ciudadanos en las noticias como participantes de actividades o reclamos de grupos sociales, se los trata como destinatarios de información sobre derechos cívicos.

Los indicadores que identifican el periodismo de servicio se manifiestan cuando la noticia trata cuestiones de impacto en la vida cotidiana (casi una de cada diez noticias tiene presencia de este aspecto) o consejos de consumo, como orientación para el uso de productos, información comparativa sobre ofertas, orientación de tendencias (con la mitad de presencia que el anterior). Más escasas de encontrar son noticias con recomendaciones para lidiar con problemas cotidianos con el entorno u orientación de expertos sobre cómo hacerlo. También tienen baja presencia los consejos sobre riesgos personales, tales como cuestiones de salud o finanzas.

Tabla 7:
Indicadores de periodismo de servicio

Indicador	Presencia en noticias
Impacto en la vida cotidiana	8,4%
Consejos (problemas cotidianos)	2,4%
Consejos (riesgos individuales)	2,6%
Consejos de consumo	4%

Los dos editores entrevistados coinciden en el valor de este tipo de periodismo. Para Guyot la negatividad de las noticias explica la pérdida de credibilidad y la consecuente pérdida de lectores, y una salida podría ser un periodismo que brinde soluciones al lector. Savoia señala que el periodismo de servicio es una vía para consolidar el vínculo con los lectores y recuerda que había sido un

rasgo distintivo del diario *Clarín* a fin del siglo pasado: "Me acuerdo de charlas con *La Nación* en que nos decían que ellos tenían los grandes analistas pero nosotros tenemos casos que llegan a la gente. Hoy tenemos menos periodistas en la calle y menos corresponsalía, y también menos tiempo para hacer".

Mayor relevancia tiene el modelo de infoentretenimiento, orientado a las audiencias con presencia en una de cada diez noticias de indicadores como el sensacionalismo, entendido como el énfasis en la exageración, lo inusual y lo increíble, mediante el uso de metáforas dramáticas y adjetivos superlativos. Contrariamente a la presunción de que este indicador es propio de las noticias policiales (27,2%), se observa en la misma proporción en las noticias de religión (27,3%). El sensacionalismo también es un recurso común en las noticias de medioambiente (20%), catástrofes (18,5%), transporte (17,5%), problemas sociales (15,1%), protestas (14,2%). También está presente en el tratamiento de campañas políticas (8,7%) y de educación (8,6%). El uso de emociones también es común en noticias de religión (27,2%), catástrofes (21,3%), derechos humanos (16,1%), salud (15,1%), transporte (14,4%) y policiales (14,3%).

La vida privada es un indicador que aparece en un tercio de noticias policiales y en una de cada cinco noticias de derechos humanos, salud, catástrofes y religión. El foco en las características personales del protagonista de la noticia supera el 20% de las notas de crímenes y de religión y es una de cada diez noticias de campañas políticas, catástrofes, salud, derechos humanos, problemas sociales y transporte. Norma Morandini menciona como uno de los vicios del periodismo argentino en la actualidad esta práctica de "hacer hablar a la víctima". El escándalo se reserva para una de cada diez notas de crímenes y de religión.

Tabla 8:
Indicadores del periodismo de infoentretenimiento

Indicador	Presencia en noticias
Personalización	10,2%
Vida privada	10,7%
Sensacionalismo	12,4%
Escándalos	3,4%
Emociones	8,6%
Morbo	7,1%

Otra forma de dirigir las noticias a los ciudadanos es considerarlos tanto participantes de actividades cívicas como destinatarios de información sobre derechos o reclamos de grupos sociales. Al respecto, Norma Morandini señala que el periodismo debe tener un carácter pedagógico: “No hay que olvidar que la prensa sirve al ciudadano. No es que el periodista tiene que estar siempre denunciando porque perfectamente se puede prescindir de lo que dice el gobierno y hablar de cuántas vacunas se distribuyeron en un período, por ejemplo”. Como ocurre con otros modelos, los indicadores que tienen que ver con la iniciativa de las fuentes ciudadanas, como las protestas de grupos organizados, son las que obtienen más cobertura. Los indicadores con mayor presencia son la inclusión de la perspectiva ciudadana (13,3%) y de las demandas de grupos sociales (10,8%). Sin embargo, no todos los diarios dan la misma credibilidad a esas voces. Los diarios CL y LN dan credibilidad a más del 90% de las voces que aparecen en las notas con demandas o perspectivas ciudadanas. En menor proporción lo hacen DP y P12, que ponen en cuestión tres de cada diez notas que se ocupan de demandas ciudadanas, que suelen expresarse a través de la cobertura de protestas como paros o marchas

de grupos sociales. El indicador con menor presencia es el que identifica educación en deberes y derechos en el contenido de las noticias.

Tabla 9:
Indicadores de periodismo cívico

Indicador	Presencia en noticias
Perspectiva ciudadana	13,3%
Demanda ciudadana	10,8%
Impacto local	6,6%
Información de actividades ciudadanas	7,4%
Información de contexto	5,8%
Educación en deberes y derechos	1,8%

6. Los roles periodísticos en los diarios de Latinoamérica

La disponibilidad de datos de cinco países de Latinoamérica permite hacer una comparación acerca de los roles que predominan en la región. Los resultados muestran que, en términos globales, el modelo intervencionista está más presente en Argentina y Chile, que duplican al resto de los países aunque en todos es alta la presencia de los indicadores de interpretación y opinión. El uso de adjetivos calificativos es alto en Argentina y en Chile, que aparecen en dos tercios de las noticias. Comparado con los resultados de los otros países incluidos en el estudio global, el que tiene más presencia de este modelo es Estados Unidos, con lo que restaría establecer las relaciones que existen entre ese modelo y los de estos dos países en los que predomina.

Tabla 10:
Modelos en la prensa latinoamericana[37]

		Argentina	Brasil	Chile	Ecuador	México
Intervencionista	Media	**0,28**	**0,12**	**0,23**	**0,12**	**0,14**
	Desv. est.	0,205	0,182	0,194	0,161	0,214
Vigilante	Media	**0,08**	**0,09**	**0,01**	**0,04**	**0,09**
	Desv. est.	0,126	0,136	0,016	0,039	0,128
Leal/facilitador	Media	**0,03**	**0,03**	**0,01**	**0,07**	**0,04**
	Desv. est.	0,088	0,137	0,045	0,140	0,113
Servicio	Media	**0,4**	**0,04**	**0,04**	**0,13**	**0,03**
	Desv. est.	0,134	0,127	0,115	0,216	0,104
Info-entretenimiento	Media	**0,9**	**0,05**	**0,08**	**0,05**	**0,04**
	Desv. est.	0,169	0,112	0,154	0,126	0,112
Cívico	Media	**0,09**	**0,05**	**0,03**	**0,08**	**0,08**
	Desv. est.	0,207	0,110	0,071	0,170	0,154

37 Mellado y otros (2016), Puesta en práctica de los roles periodísticos: un estudio comparado de Argentina, en Brasil, Chile, Ecuador y México, en Amado (ed) *Periodismos latinoamericanos*. Montevideo: Konrad Adenauer. Los números de Argentina tienen una leve diferencia dado que se consideran en esta tabla los cuatro diarios, en tanto en aquella publicación solo se consideraron tres por razones estadísticas.

El modelo *watchdog* o vigilante tiene más presencia en Brasil y México y, aunque el índice es cercano al de Argentina, se registran distintos indicadores que dan cuenta de prácticas diferentes. Las noticias de la prensa vigilante de Brasil, por ejemplo, coinciden con las de Argentina en cuanto a la relevancia que tiene la información sobre procesos judiciales o administrativos contra individuos o grupos de poder, en comparación al resto de los países analizados.

El modelo leal-facilitador tiene más presencia en la prensa ecuatoriana, donde son prácticas profesionales aceptadas la prensa partidaria y la influencia directa de las fuentes gubernamentales. En la mitad de la proporción aparece en las noticias de México, Argentina y Brasil. En este país se expresa especialmente en los indicadores de comparación con el resto del mundo y la exaltación de los triunfos nacionales más que en los indicadores que dan cuenta de la defensa de la política. Los diarios de Chile son los que tienen menos presencia explícita de ese rol dentro de la cobertura periodística.

Aunque una de las críticas más habituales es que parte de la transformación de los medios se explica por una inclinación al comercialismo y al sensacionalismo, los modelos que dan cuenta de esta tendencia no tienen demasiada presencia en los diarios, lo que hace pensar que muchas veces estas conclusiones se sacan del periodismo de la televisión y se extienden rápidamente a otros medios. Ecuador es el país con mayor presencia de periodismo de servicio, que tiene baja presencia en los otros países analizados. En este país se registraron más noticias de impacto en la vida cotidiana, recomendaciones sobre problemas diarios con el entorno

(quejas) y consejos sobre riesgos personales, posiblemente motivadas por la legislación de dicho país, que obliga a los medios a proveer contenidos de utilidad práctica a las audiencias.

Sin ser el rol dominante, el modelo de infoentretenimiento es un poco más alto en Chile y Argentina, con altos indicadores de sensacionalismo y personalización. En las noticias de Brasil también se observa un porcentaje mayor de noticias centradas en características personales, que también está presente en una de cada diez noticias en Argentina, Chile y Ecuador. Argentina tiene los porcentajes más altos en noticias centradas en vida privada. El rol cívico u orientado al ciudadano tiene una mayor presencia en México, Ecuador y Argentina en términos generales. En estos tres países existe una mayor inclusión de la voz ciudadana en las noticias, dando lugar a sus argumentos y demandas en torno a diferentes temas.

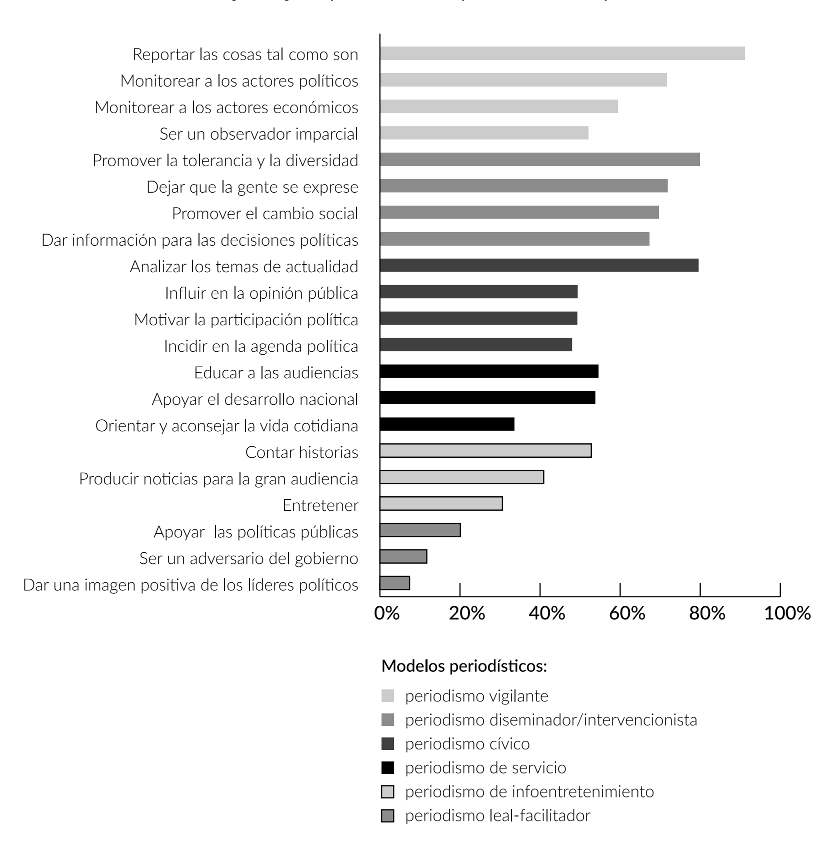
7. La autopercepción de los periodistas y las prácticas reales

Este tipo de investigaciones aportan parámetros comparativos que permiten observar el tema del periodismo desde una perspectiva empírica. Los indicadores que surgen del análisis del contenido de las noticias muestran más coincidencias que diferencias entre los diarios. Muestra que hay prácticas periodísticas transversales, que pueden explicarse más por las tendencias generales de la profesión en general y de su ejercicio en la Argentina en forma particular. Y deja planteados interrogantes acerca de los factores de influencia que operan en la cobertura de las noticias, en la medida en que parecería más relevante la cultura periodística

local más que las diferencias de orientación empresaria e ideológica de los diarios. También plantea preguntas acerca de las formas de estudiar estos aspectos, dado que cuando se analizan las noticias discursivamente, sin considerar las prácticas periodísticas, se puede llegar a conclusiones parciales. Lo mismo cuando se investiga la cultura periodística a partir de la opinión de los periodistas, dado que pueden no tener un adecuado diagnóstico de su situación. Esto se hizo patente en la pregunta acerca de la presencia de mujeres en las redacciones, en las que el dato obtenido resultó llamativo para muchos de los periodistas entrevistados, convencidos de que los géneros estaban más equitativamente distribuidos.

Por otra parte, numerosos estudios señalan la brecha entre las prácticas que los periodistas reconocen como ideales y las que efectivamente se observan en las noticias que producen. Agrupando las respuestas argentinas de la encuesta global dentro de los modelos definidos en el estudio, se aprecia que los ideales profesionales de los periodistas se reflejan parcialmente en la cobertura noticiosa de los diarios. Según los datos de la encuesta Worlds of Journalism, el modelo más mencionado por los periodistas entrevistados es el de investigación, seguido por el ciudadano. En tercer lugar aparecen mencionados aspectos que hacen al modelo de intervención, el más común en las noticias, que prioriza la interpretación y la adjetivación, que parecería contradecir el aspecto con más consenso, que es el de reportar los hechos tal cual son.

Gráfico 13:
Encuesta Worlds of Journalism. Pregunta: "¿Qué tan importantes son los siguientes aspectos en su trabajo?". (Porcentaje de respuestas extremadamente y muy importante; respuestas múltiples)



Las prácticas que tienen consenso entre los periodistas argentinos son las que se relacionan con el periodismo de investigación, con consenso total en "reportar las cosas tal como son" (91,1% lo mencionó como extremadamente y muy importante) y mayoría de respuestas en "monitorear a los actores políticos" y "monitorear a los actores económicos". El periodismo de investigación se toma

como paradigma profesional al punto de que goza de cierto estatus “mítico”[38] y sigue siendo el modelo en que se concentran los esfuerzos de capacitación académicos y de las asociaciones profesionales. Sin embargo, la aspiración periodística de ejercer como guardián (*watchdog*) de los centros de poder, político y económico no siempre es posible en contextos como el latinoamericano.

Carlos Guyot comenta sobre este modelo aspiracional de periodismo de investigación: “Creo que Watergate le hizo muy mal al periodismo. Porque todos los periodistas al final quieren ser Bob Woodward”. En la opinión de Guyot, esta diferencia entre “decir” y el “hacer” de los periodistas obedece a razones como la autojustificación de los periodistas (una autoproyección virtuosa que no necesariamente tiene correlato en la práctica), su autovictimización en algunas oportunidades y a causas externas, como la configuración del mercado periodístico, que obliga a los periodistas a una producción en cantidad de noticias que excede las que desearían.

Más allá de las controvertidas relaciones entre gobiernos y prensa en Latinoamérica, que Waisbord resume en la idea de mediatización de la política y politización de los medios,[39] existen condiciones estructurales que restringen la investigación periodística, que se supone paradigmática pero que tiene poco ejercicio. Uno de esos factores que desalientan la investigación es la escasa tradición en el continente de un periodismo apegado a los hechos

38 Bennett, W. L., y Serrin, W. (2005). The watchdog role. En G. Overholser & K. Hall Jamieson (Eds.), *The press* (pp. 169-188). New York, NY: Oxford University Press.
39 Waisbord, S. (2013). *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*. Buenos Aires: Gedisa, p. 52.

duros, lo que deriva en la falta de un público para esta prensa de mayor densidad. A ello debe agregarse que los periodistas tienen poco acceso a fuentes informativas confiables para rastrear información, no solo porque los funcionarios no son accesibles sino porque no existen en el continente prácticas consolidadas de acceso abierto a la información pública. Del lado de los medios, en la mayoría hay poca infraestructura en las redacciones para desarrollar la tarea y poca decisión de sostener la investigación a lo largo del tiempo con independencia de que se publique algo. Pero quizás lo más crítico es que las malas condiciones económicas de los periodistas y de los medios los hacen más dependientes de las fuentes de financiamiento, que suelen ser los actores de poder a investigar. Estos factores explican el descenso de la cantidad y calidad de investigaciones realizadas en los diarios argentinos las últimas décadas, que tiene el punto de inflexión con el cambio de siglo.[40] La investigación de Pinto sobre tres de los cuatro diarios estudiados muestra que después de 2000 hubo una caída en el tratamiento crítico del Poder Ejecutivo, bastante drástica en P12 hacia 2005 cuando llega a cero, pero que afectó también a CL y a LN, cuando se compara la cantidad de notas de investigación que estos diarios ofrecían en la década del 90. Algunas de las circunstancias que restringieron la investigación fueron la centralización de los canales de información oficial, con acceso limitado de los periodistas a las fuentes, las declaraciones públicas de personajes de poder acerca de la inconveniencia de la prensa crítica que se declara enemiga del proyecto de gobierno, sumada a la crisis

40 Pinto, J. (2008). Muzzling the watchdog: The case of disappearing watchdog journalism from Argentine mainstream news. *Journalism*, *9*(6), p. 762.

económica de principio de siglo que restringió los recursos de los medios. Esta condición propició la dependencia de la millonaria publicidad oficial que el gobierno distribuyó arbitrariamente y que alcanzó cifras millonarias después de 2007.[41]

Otro aspecto interesante que arrojan las dos investigaciones es la poca valoración que tiene el periodismo orientado al poder. A pesar de que en los años en que se hizo la investigación la discusión alrededor de lo que se dio en llamar "periodismo militante" dividió a los profesionales y académicos, este rol no parece tener reflejo en las prácticas. Con excepción de la preeminencia de fuentes gubernamentales, pero que se da por igual en los medios más críticos que en aquellos que reivindicaron este periodismo de apoyo de una causa política. En esos años, algunos criticaban al periodismo profesional por someterse a las pautas de los propietarios, que se opondría al periodismo comprometido con las causas populares y las convicciones políticas.[42] Desde esta concepción crítica con el periodismo de medios comerciales, los periodistas son empleados de empresas y esta condición los inhibe de cualquier independencia porque sirven a los intereses de ellas. Esta corriente se hizo muy popular entre los académicos latinoamericanos, que creían ver en el periodismo más politizado un contrapunto a una prensa que a su entender serviría a los intereses burgueses corporativos. Esta concepción, adaptada del pensamiento social crítico, sirvió de justificación para proponer que se prescindiera de la

41 Amado, A. (2014). *La comunicación pública como espectáculo*. (A. Amado, Ed.). Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

42 Arrueta, en Arrueta, C., & Brunet, M. (Eds.) (2012). *Fuentes confiables. Miradas latinoamericanas sobre periodismo*, San Salvador de Jujuy: Dass, p. 116.

intermediación de la prensa en la construcción de la información pública, que fue argumento de algunos mandatarios en conflicto con la prensa durante la primera década del siglo XXI.[43]

Más allá de la opinión de los políticos y los académicos, los periodistas rechazan unánimemente la prensa al servicio de las elites políticas o económicas en sus diversas manifestaciones. Así como en los otros modelos había cierta diferencia entre la opinión de los periodistas y las prácticas, en esta hay consenso. En las noticias, el modelo leal también es el menos presente, con excepción de las noticias que reflejan la actividad oficial, de la que la agenda noticiosa depende en gran medida. Es también el modelo en donde hay más diferencia entre los diarios según su orientación ideológica y su esquema empresarial: los diarios más propensos a difundir y apoyar las actividades de las fuentes oficiales son los alineados ideológicamente con el gobierno y los más favorecidos por la publicidad oficial.

La dependencia de la información producida por las fuentes oficiales no solo se refleja en el predominio de estas voces y sus actividades en las noticias, que supera en ambos casos el tercio de la muestra analizada, sino que ubica al periodista en el lugar de comentador de novedades impulsadas por terceros, más que de productor de noticias originales. Incluso cuando adopta un rol vigilante, en la mayoría de los casos es comentando o transcribiendo denuncias de terceros o expedientes judiciales. Guyot reconoce el impacto de las oficinas institucionales de prensa en

43 Waisbord y Amado (2014), *op. cit.*, p. 216.

el trabajo periodístico: “El Estado es una usina productora de contenidos, de datos que muchas veces ya llegan con un filtro de edición por el cual la gacetilla ya tiene un título, que es un buen título, que el periodista se lo pasa a su editor, que el editor lo pone en tapa y ese es el título de mañana”. La crítica a los poderes también se hace menos en primera persona o con expresión de demandas o cuestionamientos del periodista que desde las expresiones de terceros o la difusión de protestas de grupos sociales.

8. El periodismo diario: del presente al futuro

El presente y el futuro del periodismo están llenos de paradojas. Y muchas se relacionan con los diarios, primer medio informativo nacido en el siglo XIX, que sigue siendo la base del sistema de circulación de noticias. Pero a la vez es el más afectado con las transformaciones tecnológicas y culturales. Nuevas ideas aparecen cada día para discutir esta situación que involucra a muchos periodistas. Desde la industria se priorizan las cuestiones económicas. Desde la profesión se centran los cursos en las competencias de los profesionales para los nuevos entornos digitales. Sin embargo, ninguno de esos actores, ni medios ni periodistas, va a subsistir sin lectores. Julia Cagé[44] aporta un análisis que intenta demostrar la inutilidad de ciertos principios que se tomaron como verdades absolutas, tales como que más medios de comunicación era lo óptimo cuando no solo no parece ser bueno para la subsistencia sino que estudios como este muestran que la diversidad de cabeceras no significa pluralidad de voces ni variedad de prácticas

44 Cagé, J. (2016), *op. cit*.

periodísticas. También señala que más allá de que hay más lectores que en épocas previas, la credibilidad de las noticias ha disminuido. Y una de las preguntas que deja planteadas este estudio es si algo de la crisis de los diarios no tiene que ver con la poca importancia que se les da a los ciudadanos tanto como fuentes y protagonistas de las noticias en general, y como lectores de los diarios en particular.

Los indicadores que aparecen con más presencia en las noticias permiten trazar un perfil de cuatro diarios principales en Argentina, pero que sería extensible como características generales del periodismo argentino:

- Se trata de un periodismo mayormente firmado por hombres.
- La mayoría de las noticias tienen fuente única, que son mayormente personales (en el 63% de las noticias) antes que documentales.
- La cobertura está centrada en la actividad del poder político y en la publicación de sus declaraciones, que concentran más de un tercio de los temas y las fuentes de las noticias del cuerpo principal del diario.
- Los ciudadanos aparecen en una de cada diez noticias, lo mismo que sus organizaciones. Pero los expertos, medios y poder económico tienen menos de la mitad de esa presencia.
- En las noticias hay más adjetivos e interpretación que opinión y propuestas.

- Hay más información de expedientes judiciales o administrativos que investigación original. Y más críticas de terceros que denuncias del propio periodista.
- Los recursos sensacionalistas y emotivos aparecen en las notas policiales, pero también son comunes aquellas que se ocupan de religión, derechos humanos y problemas sociales.
- Los diarios más afines ideológicamente al gobierno dan más espacio a las fuentes oficiales y ofrecen más notas de apoyo a las actividades de las elites políticas, pero todos evitan el patriotismo o la exaltación nacional.
- Es escaso el periodismo de servicio.
- El periodismo cívico aparece más en la cobertura de iniciativas ciudadanas que en información del contexto sociopolítico o en educación en deberes y derechos.

El periodismo de opinión es altamente valorado, con alto consenso entre los periodistas acerca de la importancia de ofrecer al público análisis e interpretación de los hechos, indicadores que se observan en porcentajes altos en las noticias analizadas. Este modelo, el del periodista que toma posición, pertenece a la tradición periodística que tiene en Mariano Moreno y Rodolfo Walsh dos referentes para la profesión. Sin embargo, los indicadores que ponen al periodismo de intervención como el rol que más aparece en los diarios no necesariamente replican el estilo comprometido de expresión de opiniones y propuestas, o de un periodismo en primera persona. El rol observado es más superficial en la medida en que se basa en la interpretación sin base fáctica y en el uso excesivo de adjetivos

valorativos. Este estilo de reporteo es caracterizado por Norma Morandini como un periodismo de opiniones y señala que muchas veces olvidamos la importancia de los hechos, citando como ejemplo que "gracias a un fotógrafo de Clarín, el público pudo ver lo que pasaba con Kosteki y Santillán.[45] Hemos sustraído los hechos y estamos empachados de opiniones". En lo que fue el análisis de esta noticia que menciona Morandini, y que fue el inicio de una crisis institucional grave, lo indicial, la fotografía, fue menos analizado que lo simbólico:[46] la supuesta intención editorial detrás de la titulación de la noticia que había hecho el diario, a pesar de que fueron las fotos un elemento central para la investigación judicial sobre los asesinatos. En este caso, como se observa en la mayoría de las noticias analizadas, parece dibujarse un perfil del periodismo argentino: priorizar las interpretaciones por sobre los hechos. Es posiblemente este estilo interpretativo el que muchos tengan en mente cuando hablan de un periodismo militante definido como *sui generis*, que poco tiene que ver con el modelo patriótico o partidario, de escasa presencia incluso en un diario como P12 que editorialmente se identifica con este modelo.

La realidad que viven la mayoría de los periodistas de nuestro país, con exigencias de mayor productividad, muchas veces sin que esto signifique mejores salarios, obliga a pensar en nuevos

45 Maximiliano Kosteki y Darío Santillán fueron asesinados el 26 de julio de 2002. El suceso, conocido como "la masacre de Avellaneda", tuvo gran repercusión mediática y social y aceleró, para muchos analistas, el final del entonces presidente Eduardo Duhalde.

46 El documental *La crisis causó dos nuevas muertes (2006)* analiza mediante entrevistas el supuesto papel que habría desempeñado el diario *Clarín* en el encubrimiento mediático del asesinato de Kosteki y Santillán.

modelos de ejercicio profesional. Daniel Dessein plantea que “hay que cambiar la forma de producción: pasar de la cantidad a la calidad. No empezar a medir cantidad de producción por periodista sino pensar en contenidos de calidad que vayan dirigidos a nuestra audiencia, que hagan la diferencia, que consoliden la marca”. Esto debe entenderse como parte de la transición de un modelo basado en ventas de ejemplares o en niveles de audiencias, es decir, en criterios cuantitativos que no se sostienen en el mundo digital, más fragmentado y estructurado no por los medios sino por las redes sociales.

La industria de la información es la única que se alimenta de materia prima gratuita, que estaría disponible para cualquiera, como son los hechos sociales que se convertirán en el producto final conocido como noticia. En esta industria el valor agregado es determinante para construir confianza e invitar a los lectores a pagar por una información de mayor calidad que aquella que circula de manera gratuita e indiscriminada. Para Dessein “el contenido *commodity* deja de ser determinante, o sólo lo sigue siendo para aquellos que siguen con el modelo publicitario de cantidad de visitas. Pero la estrategia de los diarios de calidad ya está virando: hay que apuntar a esa audiencia fiel que es la que va a terminar posiblemente sosteniendo el modelo”.

El aporte de datos descriptivos sobre la profesión intenta invitar a revisar ciertas opiniones corrientes sobre el periodismo, que suele remitirse a ciertas ideas instaladas que no necesariamente se reflejan en las noticias tal y como son producidas en la actualidad. En muchos casos, la discusión insiste en remitir la discusión a modelos de investigación o parámetros éticos que no existen en la

práctica. Paradójicamente, la discusión pública parece asemejarse al estilo de periodismo dominante en las redacciones basado en la interpretación y la calificación, sin que necesariamente se apoyen esas ideas en hechos o datos concretos. Esta circunstancia sola justifica profundizar estos hallazgos con nuevos estudios que aporten al conocimiento fundado de una profesión de la que se habla mucho pero no siempre con información.

Bibliografía

Amado, A. (ed.) (2016a). *Periodismos argentinos: modelos y tensiones en el siglo XXI*. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

Amado, A. (Ed.). (2016b). *El periodismo por los periodistas. Perfiles profesionales en las democracias de América Latina*. Montevideo: Konrad Adenauer, Infociudadana.

Amado, A. (2017). "Las periodistas desde los estudios del periodismo: perfiles profesionales de las mujeres en los medios informativos". *Cuestiones de Género*, 12, 325-346.

Amado, A., Arroyave, J., Benítez, J. L., Chavero, P., Garcés, M., Hughes, S., Márquez, M., Mellado, C., Moreira, S., Oller Alonso, M. (2016). "Periodismos latinoamericanos: perfil y roles profesionales", pp. 11-25. En A. Amado (2016b).

Bennett, W. L. y Serrin, W. (2005). The watchdog role. En G. Overholser & K. Hall Jamieson (Eds.), *The press* (pp. 169-188). New York, NY: Oxford University Press.

Boczkowski, Pablo (2009): "Rethinking Hard and Soft News Production: From Common Ground to Divergent Paths". En: *Journal of Communication*, vol. 59, nº. 1, pp. 98-116.

Cagé, J. (2016). *Salvar los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama.

Hellmueller, L. y Mellado, C. (2016). Watchdogs in Chile and the United States: Comparing the Networks of Sources and Journalistic Role Performances. *International Journal of Communication* 10(2016), 3261-3280.

Mellado, C. (2015). Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16, 596-614.

Mellado, C., Marquez-Ramirez, M., Mick, J., Oller Alonso, M., & Olivera, D. (2016). Journalistic performance in Latin America: A comparative study of professional roles in news content. *Journalism 18* (9): 1087 - 1106.

Pinto, J. (2008). Muzzling the watchdog. The case of dissappearing watchdog journalism from Argentine mainstream news. *Journalism*. 9(6):750-774.

Riffe, D., Aust, F. y Lacy, S. (1993) The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in newspaper content analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 70, 1, p. 133-139.

Waisbord, S. (2000). *Watchdog Journalism in South America: News, Accountability, and Democracy*. New York: Columbia University Press.

Waisbord, S. (2013). Democracy, journalism and Latin America populism. *Journalism* 14 (4), 504-521.

Waisbord, S. (2013). *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*. Buenos Aires: Gedisa.

Waisbord, S., & Amado, A. (2014). Periodismo partido al medio. En *La comunicación pública como espectáculo* (pp. 211-285). Buenos Aires: Konrad Adenauer.

Una mirada sobre el periodismo de investigación en la Argentina

Alicia Miller | Vanina Berghella (FOPEA)

La investigación es parte esencial del periodismo en lo que este tiene de búsqueda de aquello que está oculto del conocimiento general. Sin embargo, como especialidad, el periodismo de investigación en profundidad es una de las más complejas de la actividad, porque requiere de tiempo, recursos económicos, humanos y técnicos, la mayoría de las veces exige el trabajo en equipo de profesionales especializados y, además, sus conclusiones suelen irritar al poder y generar cuestionamientos y demandas contra los medios de comunicación. A pesar de estas dificultades, es el periodismo de investigación el que aporta en mayor medida al cumplimiento de la función de contralor ciudadano que el periodismo desempeña en una república.

En la Argentina, el periodismo de investigación ha tenido un rol de importancia en las últimas décadas, sobre todo en lo que respecta a la reconstrucción y divulgación de crímenes cometidos durante los regímenes militares y de casos de corrupción relacionados con sobreprecios en obras o servicios públicos, enriquecimiento ilícito de funcionarios, designaciones ilegítimas o tragedias originadas en la mala calidad de la gestión gubernamental tanto en períodos de facto como durante gobiernos constitucionales.

En la actualidad, los principales diarios (como *La Nación* y *Clarín*), algunas revistas de distribución nacional (como *Noticias*) y algunos programas de televisión (como *Periodismo para Todos* de El Trece TV) cuentan con periodistas o equipos que abordan el género de investigación periodística y varios de los temas de agenda de los medios se han originado en esta práctica. Aun así, la disciplina parece declinar en intensidad en lo que se refiere a la cantidad de medios que la afrontan y de profesionales abocados a ella. Si bien resulta prematuro definir relaciones causales estrictas para ese fenómeno, puede aventurarse que el periodismo de investigación se ve influido por diversos factores. Entre ellos podría contarse la campaña de hostigamiento del que fueron objeto los medios y periodistas críticos por parte de los gobiernos nacionales entre los años 2003 y 2015; la migración de las audiencias hacia las plataformas web con contenidos de consumo rápido, de poca profundidad y de distribución gratuita; la creciente crisis estructural de la industria de los medios que alegan falta de recursos económicos; el cambio de hábitos de los consumidores de información.

La paradoja es que al mismo tiempo que se evidencia la disminución de los métodos del periodismo de investigación tradicional, la agenda política y la propia vida institucional del país se ven en muchas ocasiones sacudidas por el impacto de investigaciones periodísticas, tanto aquellas difundidas a través de diarios, canales de televisión, revistas y otros medios convencionales como aquellas que toman desde su origen la forma de libros o informes multimedia.

La crisis de credibilidad de otras instituciones de la República, tales como los partidos políticos e incluso el Poder Judicial, ha

derivado en que el periodismo sea un actor de relevancia en cuanto a la revisión del pasado inmediato e incluso en la revelación de la trama escondida de asuntos ligados a la toma de decisiones gubernamentales del presente, tanto en ámbitos del Poder Ejecutivo Nacional, del Congreso o de gobiernos provinciales y locales.

1. Claves del periodismo de investigación

Existe investigación periodística cuando se produce una búsqueda y elaboración del periodista, el tema tiene interés público y algún tipo de poder intenta ocultarlo. Así, queda fuera del marco referencial estricto la publicación periodística de investigaciones realizadas por terceros, en las cuales los medios actúan solo en la etapa de divulgación.

El Estado, los actores políticos, la policía, empresas privadas y bandas de delincuentes comunes son el foco habitual de la indagación periodística, aunque en muy diversa proporción.

Pese a que el periodismo se basa en informar aquello que no resulta conocido, la investigación periodística estricta no es una disciplina que practiquen todos los medios sino una pequeña proporción de ellos. Incluso ocupa una pequeña porción del contenido informativo de los que la desarrollan, tal como veremos enseguida. Entre las causas por las cuales los grandes conglomerados no invierten lo suficiente en investigación o la desalientan abiertamente pueden contarse la natural tensión que las conclusiones de la investigación como control ciudadano suelen originar con los poderes públicos o privados, los compromisos más o menos notorios entre los propietarios de los medios con los factores de

poder, los altos costos que requiere, la falta de capacitación profesional y de recursos técnicos, y la escasa conciencia por parte de las empresas de comunicación de la función que el periodismo cumple en una república.

Sin embargo, la irrupción de mafias internacionales en la agenda pública de la Argentina ha sido un elemento característico de la última década, y gran parte de las investigaciones publicadas han tenido como objeto el narcotráfico, el lavado de dinero, los fraudes financieros y el tráfico de bienes o personas, que se han sumado así a las habituales referencias a los negocios de la corrupción política y empresarial.

No todas han sido investigaciones exclusivamente periodísticas en sentido estricto, puesto que en una proporción importante han actuado con ánimo colaborativo periodistas, dirigentes políticos, fiscales, ciudadanos comunes y miembros de asociaciones sociales, tales como sindicatos, ONGs y entidades profesionales.

Del mismo modo, un número impreciso de artículos que se presentan como investigaciones son en realidad informaciones proporcionadas por un sector interesado, sin que haya mediado un trabajo de constatación y valor agregado por parte del periodista o del medio, aun cuando esa diferencia no quede clara para el público.

En cuanto a las temáticas de abordaje en las investigaciones, en el libro *Periodismo cercan(d)o* editado por el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) y la Fundación Konrad Adenauer, Gabriel Michi consigna que “quizás, lo que estuvo más ausente (en los

últimos años en la Argentina) fue la investigación sobre otros tipos de poderes, los denominados 'poderes permanentes', aquellos más vinculados al mundo económico. Los grandes grupos empresarios aparecen muchas veces detrás de grandes negociados (con y sin un socio estatal) y han tenido el privilegio de no ser tan investigados por los sabuesos de la prensa".

Al preguntarse acerca de las razones de esa falencia, señala como explicaciones posibles "que son muy hábiles en esconder sus pecados; porque tienen la capacidad económica de silenciar a los medios a través de las publicidades; porque muchas veces están involucrados con los propietarios de esos medios o, directamente, son sus propios dueños; porque tienen poderosos estudios de abogados que amenazan con perseguir judicialmente a los medios o a los periodistas; porque tienen la posibilidad de comprar voluntades, incluso de algunas personas que se consideran periodistas; porque presionan de distintas formas para no ser acosados judicialmente; por todo eso junto o quizás por otras razones que se desconocen". Y concluye: "Lo cierto es que el periodismo de investigación no ha puesto el mismo ahínco en pesquisar al poder económico que al poder político. Y, necesariamente, muchas veces una cosa lleva a la otra, o están tan emparentadas esas corrupciones que merecerían que la lupa se coloque sobre ambas, aun sabiendo que siempre es mucho más exigible, porque maneja dinero de todos los ciudadanos, la transparencia de la función pública. Sin embargo, el poder de quien esté al frente de las responsabilidades del Estado es transitorio. En cambio, el otro, el poder económico, suele persistir en el tiempo".

Un nuevo elemento que se suma al proceso investigativo es el avance de las tecnologías que facilitan el acceso de las personas a fuentes documentales de información, a relevamientos satelitales, a la confección de videos y grabaciones por parte del periodista sin que se requiera de un equipo de producción especializado. También permite el acceso y utilización de herramientas para el análisis y procesamiento de grandes volúmenes de datos y la elaboración de presentaciones y gráficas visualmente atractivas. Pero es habitual la confusión entre forma y fondo, tecnología y contenido, que puede originar grandes errores cuando se reproducen informaciones de dudoso origen que circulan por internet o se eluden los procedimientos de corroboración y edición propios de una investigación.

Como contrapartida de las facilidades que ofrece el desarrollo de las tecnologías, estas exigen también al periodista una formación permanente en el manejo de herramientas y programas de computación, equipos digitales, aplicaciones e incluso del lenguaje de la programación informática, estadística, matemática, finanzas y hasta diseño web. Así, el trabajo tradicionalmente intelectual del periodista se diversifica y se hace más complejo pero a la vez más rico en posibilidades de elaboración y de presentación de los trabajos, para hacerlos más atractivos y lograr impacto en una audiencia masiva y heterogénea.

En este sentido, se hace necesario reflexionar si los parámetros considerados tradicionalmente claves para el desarrollo de una investigación periodística siguen vigentes. Son varios los condicionantes actuales para que este tipo de trabajo se desarrolle de la misma forma en que se hacía décadas atrás. Sin embargo, como

se verá más adelante en este mismo capítulo, también es importante señalar que tanto el advenimiento de las nuevas tecnologías como el desarrollo de nuevos procesos de trabajo, como lo es el periodismo colaborativo, permiten abordar este género con un enfoque renovado y no por eso de menos valor.

2. Las investigaciones más resonantes

Al menos durante los últimos 25 años el periodismo de investigación en la Argentina ha transitado diferentes etapas, tanto en los temas de abordaje como en los formatos y plataformas en los que se ha desarrollado, como en la aceptación por parte de las audiencias.

Varias de las investigaciones periodísticas más resonantes de los últimos años se han realizado o han terminado tomando la forma de libros, lo que en cierta medida las ha desvinculado de la relación con las empresas periodísticas al promover una relación directa entre periodista y audiencia. En la década del 90 fue el caso de la venta de armas a Ecuador y Croacia durante la gestión del expresidente Carlos Menem o las revelaciones sobre el enriquecimiento ilícito por el cual fue condenada la exministra María Julia Alsogaray.

La periodista de investigación María Seoane describe varias etapas desde 1983 en lo que se refiere a los libros de investigación periodística. Hasta promediar la década del 90 “fueron decisivos los libros que analizaron la violencia política, tanto de los civiles como del terrorismo de Estado durante la dictadura (1976-1983)”. Luego, los referidos a “denuncias sobre la corrupción económica y

política de la década menemista", opinando que "alimentaron una conciencia más democrática, ayudaron a creer más en la justicia, en la ley, en las instituciones". Entre los principales títulos de esa época se cuentan *Robo para la corona* (Horacio Verbitsky), *Malvinas, la trama secreta* (Raúl O. Cardoso, Ricardo Kirschbaum, Eduardo van der Kooy), *Asalto a la ilusión* (Joaquín Morales Solá), *El jefe* (Gabriela Cerruti), *Los dueños de la Argentina* (Luis Majul), *Operación Cóndor* (Daniel Santoro), *Argentinos* (Jorge Lanata), *Los mitos de la historia argentina* (Felipe Pigna), *Menem, la vida privada* (Olga Wornat) y *Pizza con champán* (Silvina Walger).

Los analistas coinciden en ubicar en 1998 el comienzo de un lapso de declinación del periodismo de investigación, que recién pareció reactivarse luego de la crisis económica y política de 2001 a 2003, cuando –más claramente desde 2004– el periodismo comenzó a detectar y a revelar casos de corrupción producidos durante los gobiernos de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011 y 2011-2015). Uno de los primeros trabajos en esa orientación fue el de María O'Donnell volcado en el libro *Propaganda K* (Planeta 2007).

Desde entonces, los trabajos de investigación periodística –a través de diarios y revistas o compilados en libros– han profundizado en aspectos poco visibles o en secretos celosamente custodiados por personas ligadas al poder político, económico o a corporaciones sindicales o sociales. Es posible mencionar los más recientes, *Piñata* (Hugo Alconada Mon), *Espiados* (Claudio Savoia), *La Ruta del Dinero K y La ruta de la efedrina* (Daniel Santoro), entre otros, como trabajos referentes en formato libro.

Un caso a señalar de los últimos años es la trama conocida como "La ruta del dinero K", que engloba una tarea ciertamente colectiva de periodistas, dirigentes políticos opositores e integrantes del Poder Judicial que durante años han sumado datos informales, documentos y testimonios en su intento por develar el envío al exterior de dinero presuntamente derivado de la corrupción, en una compleja trama que involucra al empresario Lázaro Báez, íntimo amigo y socio del expresidente Néstor Kirchner, y a integrantes de la familia presidencial. La investigación mostró lazos con la que, desde que Kirchner ocupaba el cargo de gobernador de Santa Cruz, intentó revelar el derrotero de los millones de dólares que esa provincia recibió en la década del 90 y cuyo destino parcial fue siempre un misterio celosamente guardado por el expresidente.

Durante los últimos cuatro años de gobierno de Cristina Fernández de Kirchner se entabló una competencia de investigaciones entre varios medios, entre los cuales se cuentan *Clarín* (especialmente los periodistas Daniel Santoro, Natasha Niebieskikwiat, Claudio Savoia y Nicolás Wiñazki), *La Nación* (Hugo Alconada Mon, Iván Ruiz, Mariela Arias y Maia Jastreblansky), revistas como *Noticias*, canales y productoras de televisión (especialmente a cargo de los periodistas Jorge Lanata y Luis Majul), entre otros, con la participación de múltiples fuentes tanto en Buenos Aires como en varias provincias del país. En televisión, los esfuerzos más notables por aportar al periodismo de profundidad se han hecho desde el equipo de investigación de El Trece TV, Todo Noticias (TN) y de América TV, aunque en los últimos años unos y otros han declinado en esa tarea.

Así, investigaciones propiamente dichas o la publicación en cuentagotas de datos que iban completando complejas cronologías y

tramas ocupó buena parte del espacio en los medios de comunicación y generó un importante impacto social, que se evidenció en comentarios en redes sociales y otros foros públicos en especial durante la campaña electoral de 2015 y en los primeros meses de 2016.

Entre los casos más resonantes de la década se cuentan los pormenores en torno a la valija con dólares incautada al venezolano Guido Antonini Wilson; la investigación que vinculó al exvicepresidente de la Nación Amado Boudou con la empresa privada que imprimía el dinero en billetes en la Argentina, el caso Skanska y su vinculación con la contratista Electroingeniería; las revelaciones sobre la trama de subsidios a los trenes que se conoció después de la tragedia ferroviaria de Once; el enriquecimiento de la familia presidencial y, en especial, sus inversiones inmobiliarias y hoteleras así como la relación en ambos rubros con el Tesoro nacional; los contratos con el Estado y la compra de estancias y propiedades inmobiliarias por parte de Lázaro Báez; los vínculos del empresario Cristóbal López con el Estado y los Kirchner; los pormenores de la venta de acciones de YPF a la familia Eskenazi; y la muerte en circunstancias aún no claras del fiscal federal Alberto Nisman el día antes de que debía fundamentar ante el Congreso de la Nación su denuncia contra la entonces presidente Cristina Kirchner en relación con el presunto encubrimiento del atentado a la AMIA.

En los últimos años, dos casos abordados con formato de investigación periodística han mantenido la atención de los medios y de la audiencia y han tenido su origen en la investigación internacional. Actualmente, el llamado caso Odebrecht, que devela una

megacausa de corrupción originada a partir del pago de coimas de esta empresa constructora a diversos funcionarios de Estado de al menos once países de Latinoamérica, derivó en la organización regional del equipo de periodistas "Investiga Lava Jato".[1] A nivel local, la periodista Emilia Delfino (*Perfil*) es quien ha llevado adelante esta investigación que permitió conocer el pago de sobornos a por lo menos cinco funcionarios por la construcción de los gasoductos Libertador General San Martín y de la refinería de YPF en La Plata.

Anteriormente el trabajo más resonante a nivel mundial fue la investigación "Panamá Papers",[2] que en el orden local, a partir del trabajo de los periodistas Hugo Alconada Mon, Iván Ruiz y Maia Jastreblansky (*La Nación*) y Mariel Fitz Patrick (antes TN y ahora América TV), reveló la vinculación de Mauricio Macri, actual presidente de la Nación, con dos empresas *off shore* radicadas en paraísos fiscales; y se amplió la investigación contra Alejandro Burzaco por corrupción financiera en la FIFA, entre otros casos.

A pesar del impacto social y político que ha tenido este trabajo, el periodista de investigación y abogado Hugo Alconada Mon, de *La Nación*, se permite reflexionar respecto de la incidencia de las investigaciones en la audiencia: "¿La verdad?, no lo sé, no tengo claro si realmente las investigaciones mueven el amperímetro. Por un lado siento que no, ya que aun cuando en ocasiones publicamos textos muy duros, no parecen afectar la imagen pública del investigado, ni (en el caso de un candidato) tampoco sus

1 Lava Jato: http://investigalavajato.convoca.pe.
2 Panamá Papers: https://panamapapers.icij.org/.

intenciones de voto, ni mucho menos registran una correlación en la Justicia. Sólo contadas veces ocurre algo. Por otro, a veces me da la sensación de que las investigaciones tienen un impacto. Pero creo que sólo en el largo plazo, con multiplicidad de publicaciones, en particular si se combinan de manera sinérgica con su difusión por radio y televisión. Pero eso, si ocurre, puede ser en el largo plazo, como las gotas que horadan la piedra".

Imagina como "difícil y complicado" el futuro del periodismo de investigación en el país. Según su opinión, esta actividad "depende cada vez más del esfuerzo individual de cada periodista que desea investigar más que de los medios, que están cada vez más concentrados en recortar gastos y mejorar su ratio costo-beneficio. Esta visión, claro está, tiene por ahora muy dignas excepciones, de algunos medios que apuestan por la calidad, por el valor añadido, pero percibo que son los menos".

3. Investigación en otras provincias del país

Con menor difusión que aquellas producidas por los medios que tienen su sede central en Buenos Aires, existen en provincias argentinas algunos medios que mantienen una ponderable cuota de investigación periodística sobre temas regionales, provinciales e incluso nacionales. En su mayoría, sostienen esta tarea con recursos humanos y materiales generalmente modestos, sin equipos profesionales específicos, realizando tareas divididas entre la cobertura de temas actuales y la elaboración de trabajos de profundidad e indagación.

Sin embargo, el semanario *Análisis de Paraná* (Entre Ríos), dirigido por el periodista Daniel Enz, es ejemplo de ese esfuerzo y de la

resonancia que tiene en su zona de influencia desde hace más de 20 años, que lo ha hecho merecedor de varios premios nacionales e internacionales. Las últimas distinciones que recibió, de repercusión internacional, fueron por los artículos en los que reveló abusos a menores de edad por parte de jerarcas de la Iglesia católica y, más recientemente, por echar luz sobre las torturas y abusos de autoridad en el convento de monjas de clausura de Nogoyá.

Durante el presente año otro de sus trabajos acaparó la atención de la audiencia nacional, ya que la investigación "Los abusos del doctor", publicada en su semanario, dio a conocer cómo un abogado y excandidato a gobernador de la provincia de Entre Ríos, considerado un ciudadano ilustre de la ciudad, abusó sexualmente de jóvenes menores durante 40 años. Gustavo Rivas, el hombre denunciado en la investigación, utilizaba su poder y estatus social para presionar y extorsionar a jóvenes de Gualeguaychú y localidades cercanas. Actualmente el acusado está siendo investigado por la justicia.

Consultado para este libro en relación con la incidencia que advierte de las investigaciones de *Análisis*... y de las suyas propias, Enz destaca que "la mayoría de ellas, en especial las relacionadas con hechos de corrupción, abusos o excesos de la Iglesia de Entre Ríos, terminaron en causas judiciales en los últimos años. Ese creo que ha sido el principal logro. Hay funcionarios procesados por ello, algunos hasta detenidos, otros imputados (entre ellos el exgobernador Sergio Urribarri) y otros procesados y a punto de ir a juicio oral en 2017. Incluso las vinculadas a episodios de corrupción en la Justicia derivaron en un juicio político a un actual

ministro de la Corte entrerriana y en una denuncia reciente que pide el juicio político a la actual presidenta de la Corte de la provincia de Entre Ríos".

En relación con el futuro que avizora para el periodismo de investigación en su zona y en el país, Enz lo califica como "preocupante, en especial por la presión de los gobiernos provinciales hacia los medios y los periodistas, cercándolos con las pautas publicitarias. En consecuencia, es más fácil para todo medio acordar pautas importantes y no avanzar en determinadas investigaciones. Además, cada vez son menos los medios que asignan un presupuesto –por más escaso que fuera– para realizar investigaciones periodísticas. O sea, no hay decisión editorial y empresaria (salvo excepciones) para trabajar y profundizar en este tema".

Al norte de la Patagonia, el diario *Río Negro* se ha destacado por el impulso que su exdirector, Julio Raúl Rajneri, asignó al periodismo de investigación. El exjefe de Redacción de ese medio, Ítalo Pisani, hoy desplazado de la conducción de la redacción pero todavía dedicado a la elaboración de indagaciones en profundidad, en declaraciones formuladas para este libro pondera de aquella etapa los "numerosos trabajos reveladores de tramas de corrupción, que trascendieron la región". Sobre Rajneri, señala que "sus convicciones y coraje en la defensa de los derechos humanos en los años dramáticos del país y en la búsqueda de transparencia y eficiencia del sistema republicano fueron fuente de reconocimiento nacional y mundial".

Sobre su tarea actual, que realiza en soledad o apelando a la colaboración voluntaria y de tiempo parcial de otros periodistas

del diario, destaca la incidencia de investigaciones referidas al "enriquecimiento y matonismo de dirigentes gremiales frutícolas (primer premio de periodismo de investigación de FOPEA y que originó dos causas judiciales); la corrupción en la construcción de obras viales y el enriquecimiento indebido de funcionarios (generó la remoción de la cúpula de Vialidad Nacional en el distrito y abrió causas judiciales); la discrecionalidad y sobreprecios en la compra de recursos del Estado provincial para Bomberos (impulsó una causa en la Justicia); el enriquecimiento de empresarios amigos del poder; el dopaje en caballos de carrera (generó allanamientos e instauró el control antidoping); la impunidad en el otorgamiento discrecional de créditos millonarios en Neuquén", entre otros. Lamentó que "la mayoría de las investigaciones del diario choca con una Justicia exasperadamente lenta en tomar definiciones".

Pisani se muestra convencido de que "el periodismo de investigación, el periodismo de datos y las historias bien contadas pueden convertirse en motores esenciales no sólo para incrementar las audiencias sino también para elevar los estándares de calidad de la profesión en la era digital. La tarea de develar cuestiones de interés público encubiertas desde posiciones de poder contribuye a un auditorio bien informado y prevenido, a la vez que mejora la calidad institucional". En medio de la uniformidad noticiosa y una caótica marea de datos –agrega–, "la investigación periodística podrá imponerse en la medida en que los responsables de los medios le presten debida atención y recursos a la formación de equipos dedicados a esa tarea. En la naturaleza del periodismo de investigación están precisamente la disciplina y la paciencia, pero sobre todo el coraje y la independencia de los

periodistas. Estos deben tener vocación de profundidad. Y los editores jefes y propietarios deben acompañarlos garantizándoles libertad plena y protección institucional y legal, a sabiendas de que están frente a un activo valioso. Solo bajo estas condiciones veo futuro para el periodismo de investigación en la región y el país”.

Un caso particular es, en el centro-oeste del país, la provincia de Mendoza. Allí, el periodismo de investigación carece de tradición pero no de vocación. Ricardo Montacuto, director periodístico del sitio web Mendoza Post, asegura que “en esta provincia el periodismo de investigación prácticamente ha desaparecido, a pesar de la enorme cantidad de medios que hay, algunos muy grandes: Multimedios Uno, Canal 9 y todo su grupo, Los Andes, que son todos multimedios. En ese contexto, sin ser un medio de periodismo de investigación, ni siquiera de periodismo de datos, las investigaciones que hacemos son de alto impacto. Sigo desde hace dos años el caso Lobos, un caso de enriquecimiento ilícito y nepotismo, que tuvo consecuencias enormes. Nuestra investigación derivó en varias denuncias penales. Lobos perdió las elecciones en que aspiraba a su reelección, y ahora tiene cuatro imputaciones por delitos que van desde el fraude al enriquecimiento ilícito. Lo fuerte fue que una auditoría forense contable confirmó toda la investigación periodística. Hicimos otras de mucha repercusión pública, como una de comisarios ‘millonarios’ que fueron corridos de la policía, otra sobre quiénes manejan el juego clandestino, y varias de estafas piramidales que lograron correr de Mendoza a empresas muy grandes dedicadas a ese tipo de maniobras. También una sobre el uso indebido de jarabe de maíz de alta fructosa en la elaboración de vinos. Pero en esta la industria se abroqueló y

no hemos conseguido siquiera que el INV (Instituto Nacional de Vitivinicultura) haga una multa. Un dato adicional: las notas de investigación tienen muy buena repercusión entre los lectores".

Cuando imagina el futuro, afirma que "hay espacio y lugar para el periodismo de investigación, para periodistas y medios que se animen y no tengan temor al 'castigo de la pauta'. Hoy no es tan fácil disimular los casos. Internet ha democratizado la información, potenciada por las redes sociales. La experiencia concreta, empírica, al menos en nuestro medio, es que los lectores valoran el periodismo de investigación, si es bueno, con trabajos de calidad profesional. El problema es que los medios en sí, accionistas y gerentes, no son muy amigos del periodismo de investigación. Genera conflictos internos. Y por lo tanto, nadie invierte en formar periodistas ni equipos de investigación. En mi propio medio, las mismas personas que estamos en 'la diaria' nos organizamos para ir armando las investigaciones, lo que conspira contra la calidad".

4. La Justicia y el Estado, garantía o amenaza

En los últimos años, un nuevo elemento creció en influencia frente a investigaciones periodísticas. El Poder Judicial, sobre el cual recae la responsabilidad de garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y otros derechos constitucionales, se convierte en ocasiones en un instrumento de sectores vinculados al poder político o económico tendiente a limitar o castigar a periodistas y a medios de comunicación críticos. Aun en contradicción con los principios fijados por la Corte Suprema de Justicia de la Nación, se rehúsan a aplicar la doctrina de la real malicia y

otorgan una protección excesiva a funcionarios o personalidades frente a investigaciones referidas a cuestiones personales o funcionariales.

Luego de que, a raíz del fallo de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en el caso Kimel (2010), la Argentina avanzó en despenalizar la figura de injuria, comenzó una preocupante tendencia de algunos tribunales a establecer cuantiosas penas económicas como indemnización frente a acciones civiles entabladas por funcionarios políticos o personalidades públicas contra periodistas o medios de comunicación.

Así, pueden citarse la millonaria condena a Gabriel Hernández y otros tres periodistas en la querella entablada por el gobernador de Formosa, Gildo Insfrán, aun en etapa de revisión; y la también cuantiosa sanción planteada contra el periodista Julio Laboranti en el caso iniciado por el vicegobernador de La Rioja, así como el fallo de una cámara de Córdoba contra periodistas de dos medios distintos.

Si el temor a una condena penal es lógico y grave, no lo es menos que los periodistas o los medios enfrenten, por ejercer su tarea, la amenaza de sanciones económicas que podrían reducir o eliminar sus ingresos al punto de hacer peligrar la continuidad de su ejercicio profesional.

Contrario a lo que sucede a nivel judicial, el periodismo de investigación cuenta con una nueva oportunidad en la Argentina. La sanción de la ley 27.275 de Acceso a la Información, aprobada en 2016, abre una nueva puerta para que los periodistas exijan

información al Estado Nacional que de otra manera podría haber sido negada. Esta ley permitirá contar con documentación que abra nuevas líneas de investigación o confirme hipótesis ya trabajadas, pero fundamentalmente brindará un insumo vital para el trabajo periodístico de calidad: el respaldo de pruebas. Asimismo ocurre con la implementación de nuevas líneas del llamado modelo de Gobierno Abierto, que supone la apertura y acceso fácil a las bases de datos estadísticos de los diferentes organismos del Estado. Estas bases de datos pueden contener desde declaraciones juradas de funcionarios, partidas presupuestarias, hasta información sobre población y censo, etcétera, que faciliten y permitan la investigación periodística documentada.

Será labor del periodista aprovechar las herramientas disponibles y exigir al Estado que entregue esta información en tiempo y forma, tal y como determinan la ley y los estándares regulados para ello.

5. La investigación internacional y nuevos modelos de trabajo

La aparición de investigaciones periodísticas internacionales y de colaboración entre profesionales y medios de diversos países ha sido la más impactante respuesta brindada en los últimos años a la constatación de que poderes económicos y políticos burlan con facilidad la legislación de sus países, sobre todo en relación con el ocultamiento en paraísos fiscales del dinero mal habido producto de actividades ilícitas tales como la corrupción gubernamental, el narcotráfico, el fraude y el contrabando, entre otras.

El Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación[3] (ICIJ, por sus siglas en inglés) se creó para el análisis de la enorme base de datos conocida como Offshoreleaks, que incluyó información financiera de personas de todo el mundo que depositaron dinero en paraísos fiscales y en bancos que admiten cuentas cifradas. Para optimizar el aprovechamiento de tamaña cantidad de datos, el ICIJ abrió esa base documental a periodistas de investigación de todo el mundo y entrenó a sus especialistas para facilitarles que pudieran indagar respecto de personalidades públicas de cada país.

Varios periodistas de la Argentina participaron –muchos de ellos aun lo hacen ya que el consorcio desarrolla otras investigaciones– en este proceso que ha alimentado de información transnacional la agenda pública del país, generando investigaciones nuevas y aportando elementos relevantes a otras que estaban en curso, con o sin intervención de jueces y fiscales.

En especial, la metodología colaborativa impactó en América Latina a partir de la filtración de una fuente no identificada que puso en manos del periódico alemán *Süddeutsche Zeitung* y, por su intermedio, del ICIJ, una gran cantidad de documentos confidenciales de la firma de abogados panameña Mossack Fonseca. Ese cúmulo de 2,6 terabytes de información reveló maniobras destinadas a ocultar mediante compañías inscriptas en paraísos fiscales la verdadera propiedad de empresas, activos, ganancias por parte de jefes de Estado y de gobierno, líderes políticos y

3 ICIJ: https://www.icij.org/.

personalidades de las finanzas, los negocios, artistas y deportistas, que lograron así cubrir su enriquecimiento injustificado o evadir impuestos. Esta investigación periodística de orden internacional o colaborativo se dio a conocer como el caso "Panamá Papers" y ha permitido decenas de artículos periodísticos en todo el mundo.

Es importante señalar que si bien este tipo de investigaciones se pueden iniciar a partir de filtraciones, el trabajo que luego realizan los periodistas de cada país se desarrolla implementando también las metodologías tradicionales.

En relación con los nuevos modelos de trabajo para realizar periodismo de investigación, en América Latina también han surgido en los últimos años emprendimientos privados o cooperativos de calidad como CIPPER (Chile), El Faro (El Salvador), Verdad Abierta y Connectas (Colombia), La Silla Vacía (Colombia), IDL Reporteros (Perú), Plaza Pública (Guatemala), InSight Crime (Medellín, Colombia), Cosecha Roja (regional), entre otros.

Otro grupo está constituido por redes de asociaciones que buscan desarrollar la investigación periodística sin fines de lucro, como es el caso de FOPEA. En unos y en otros, el objetivo es hacer posible el periodismo de investigación al margen de la tarea que realizan los grandes conglomerados de medios tradicionales. En general estas nuevas alternativas resultan más independientes, aunque su sustentabilidad en el tiempo padece altibajos a raíz de las dificultades para garantizar un flujo consistente y estable de recursos económicos suficientes para llevar adelante las investigaciones y hacer posible su difusión.

Gabriel Michi en el trabajo citado sugiere que "es tiempo de pensar un periodismo colaborativo a nivel internacional (y también a nivel regional y nacional), para que la investigación en la prensa siga siendo ese instrumento que ayuda a mejorar los estándares de calidad del periodismo en general. Apostar a las redes de periodistas a través de esfuerzos individuales o a través de organizaciones profesionales que los agrupan es una forma de pensar un periodismo diferente, en medio del maremoto que generó la invasión de las nuevas tecnologías y la aparición de otros sujetos de la comunicación social (como el denominado 'periodismo ciudadano'). Estos nuevos sujetos no necesariamente comparten los valores, la meticulosidad y la rigurosidad que el trabajo periodístico tiene la obligación de ejercer, porque es el ADN de su existencia y fuente de credibilidad, que es su razón de ser".

6. Misión: promover la investigación periodística

El Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) realiza una tarea como facilitador y capacitador de periodistas de investigación en el país, del mismo modo que lo hacen en otros países de América Latina el Consejo de Redacción (Colombia), la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI, Colombia), la Asociación Brasileña de Periodismo de Investigación (ABRAJI), Periodistas de a Pie (México), el Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS, Perú y Venezuela), entre otros.

Desde sus inicios FOPEA ha tenido, entre sus ejes principales de trabajo, el promover y fortalecer el periodismo de investigación en el país. Ha desarrollado diferentes programas de capacitación, ha apoyado con financiamiento proyectos de investigación

independientes y actualmente cuenta con un premio (se entrega cada año) que otorga a los periodistas que se destacan por su trabajo periodístico investigativo en diferentes categorías y plataformas de publicación.

Estas acciones han permitido mantener en foco el fomentar el periodismo de investigación en un país donde son pocos los medios de comunicación que invierten en este género fundamental para el periodismo y en una época donde las audiencias consumen contenidos mayoritariamente simples, cortos y muy procesados.

Sin embargo, y pese a que FOPEA busca de forma constante promover la investigación periodística, también considera que este género debe realizarse bajo los más altos estándares de calidad. La rigurosidad con la que se ejerza este trabajo es la que le imprime un valor diferencial, pero sobre todo la que vela por la credibilidad del trabajo periodístico. Es por eso que en cada taller o seminario, FOPEA propone abordar las investigaciones periodísticas con estos parámetros: indagar en fuentes normalmente no disponibles, realizar una cobertura amplia y equilibrada, revelar temas desconocidos en la agenda pública o aspectos desconocidos de un tema ya presente, proponer temas de impacto y relevancia pública, que se busque un uso efectivo de técnicas de recolección y procesamiento de información innovadoras o infrecuentes, buscar la calidad narrativa y, además, que se mantenga la atención en los estándares éticos.

Bajo estos mismos criterios, entre 2009 y 2010 y gracias al apoyo del Knight Center Institute y la Fundación AVINA, FOPEA publicó

tres investigaciones desarrolladas por socios de la organización.[4] "Los Sub$idios de la política" (acerca de los subsidios del Estado entregados como favor político), "El día después de las minas" (sobre las consecuencias luego de la explotación minera) y "La ruta de la merluza" (describe la sobreexplotación pesquera y el abuso de la cadena de distribución), que permitieron dar el paso inicial a la realización de investigaciones periodísticas independientes sin necesidad de contar con un medio de comunicación específico para publicar sus trabajos; por el contrario, se intenta que los trabajos sean publicados en todos los medios posibles.

Entre 2014 y 2017, como parte de un proyecto colaborativo entre varias organizaciones llamado La Otra Trama (que tiene como foco de trabajo la visibilización e investigación del crimen organizado), FOPEA obtuvo el apoyo de la Fundación Avina para desarrollar y publicar seis investigaciones periodísticas de variada temática. Así se publicaron "Los perros del narco" (sobre niños involucrados en el negocio del narcomenudeo en Córdoba), "Las cautivas del Cristo Redentor" y "El negocio del sexo, una cuestión de familia" (ambas investigaciones que revelaron situaciones de explotación sexual y trata de personas en Mendoza y Tucumán respectivamente). Como consecuencia de las últimas dos investigaciones mencionadas se generaron denuncias e investigaciones judiciales que derivaron en el desmantelamiento de redes de trata en los prostíbulos mencionados en los trabajos periodísticos.

4 Ver sitio de Investigaciones FOPEA: http://www.investigacionesfopea.com.

Durante 2016 fueron publicadas tres nuevas investigaciones. La primera, llamada “Los invisibles de la Quiaca” (retrata la cruda realidad de los niños y niñas que pasan la frontera argentino-boliviana sin mayor control y con destino incierto), que generó fuertes repercusiones en los medios nacionales visibilizando la laxitud del sistema de control fronterizo, el uso de documentación falsa para hacer cruzar a menores de edad de Bolivia a la Argentina y la atención del Ministerio de Seguridad en relación con estos temas.

También se publicó “Los hornos ladrilleros de Allen” (referida a la explotación laboral y visibilidad de trabajo infantil de niños inmigrantes bolivianos en los campos de fabricación de ladrillos de barro en esa localidad de Río Negro), que significó una denuncia judicial y ante el Ministerio de Trabajo de una legisladora provincial y derivó en controles de diversos organismos dentro del predio de los hornos ladrilleros. El último trabajo investigativo de este serie fue “¿Quién controla el juego?” (devela la falta de control del Estado en el negocio del juego, lo que deriva en negocios fraudulentos y en lavado de dinero).

En el marco de este programa también se realizaron tres capacitaciones para periodistas sobre método y herramientas de investigación y sobre nuevas plataformas de publicación en medios digitales. Los talleres se brindaron en las ciudades de Tucumán, Calafate y Buenos Aires. A estos talleres asistieron cerca de 280 periodistas que se suman a los cientos que anualmente FOPEA ha capacitado a lo largo y ancho del país. Los entrenamientos en periodismo de investigación son uno de los cursos más demandados por los colegas de todo el país, tanto a través de

talleres específicos como en el marco de nuestros congresos internacionales.

También durante 2016 FOPEA llevó adelante una experiencia inédita en la Argentina que significó el trabajo colaborativo entre un medio de comunicación (*La Nación*), la academia (Universidad Austral) y la sociedad civil (además de FOPEA, la Asociación por los Derechos Civiles fue parte del proyecto). La investigación periodística se llamó “Surtidores argentinos” y fue un trabajo desarrollado durante dos meses por un equipo multidisciplinario de 40 personas, compuesto por periodistas de diferentes provincias del país, editores, realizadores audiovisuales, *dataminers*, diseñadores multimedia, especialistas en datos y acceso a la información, entre otros.

Esta investigación colaborativa, elaborada con bases de datos abiertas, documentos, entrevistas y el aporte de especialistas, permitió determinar que en 2008 los precios de los combustibles en los surtidores empezaron a subir justo en momentos en que la cotización internacional del petróleo bajaba. El Estado, a través de su gestión en YPF, fue el mayor promotor de los aumentos en los precios de las naftas y el gasoil, muy por encima de las empresas privadas.

Este año, en el marco de otra experiencia innovadora, FOPEA realizó y publicó la investigación “Publicidad oficial en la mira” (sobre el uso de la publicidad oficial durante los primeros años del gobierno del presidente Mauricio Macri, cuyos spots televisivos estarían violando la Ley de Ética Pública). Este trabajo fue desarrollado utilizando el método de trabajo colaborativo, entre periodistas profesionales, docentes y estudiantes universitarios y otras

organizaciones de la sociedad civil. Además, la publicación, que utilizó una base de datos abiertos del Estado con la información de la inversión en publicidad y se publicó en formato multimedia, se trabajó en etapas: inicialmente el equipo periodístico coordinador definió los parámetros generales y preparó diferentes piezas multimedia y luego se completó el trabajo durante un *workshop* donde todos los involucrados trabajaron durante dos días en el marco del VI Congreso de Periodismo Digital de FOPEA en la ciudad de Córdoba.

Aquí se mencionan once investigaciones periodísticas, de características y temas diversos, pero las cuales han tenido amplia cobertura en diferentes medios del país y la región, y muchas de ellas han logrado la suficiente visibilidad para tener repercusión e impacto social. Asimismo, los periodistas que las realizaron expresaron haber obtenido la motivación para seguir investigando.

Como se mencionó antes, y con estos mismos objetivos, en 2015 se creó el "Premio FOPEA a la Investigación Periodística", con categorías para la postulación de trabajos, tanto para profesionales como para estudiantes, y en diferentes plataformas de publicación. Motivar, promocionar y fortalecer este género periodístico son las claves primordiales de este incentivo anual. En la primera edición de 2014 fueron postulados 28 trabajos, en la segunda edición de 2015 fueron 70, mientras que en la edición 2016 aumentó considerablemente la cantidad de trabajos presentados: fueron 117 en total, lo que representó un 70% más de inscriptos que en 2015. Ese año quedó demostrado un crecimiento en el interés de los periodistas por presentar sus trabajos. Sin embargo, es importante señalar que fue notorio el nivel desparejo de las

notas presentadas. Un dato para destacar es que en la segunda edición FOPEA tuvo que incluir la categoría "Libro", ya que hubo una fuerte demanda por parte de los periodistas que vuelcan sus investigaciones en este formato. En algunos casos trabajan investigaciones exclusivas, en otros casos son ampliaciones y profundizaciones de temas que abordaron inicialmente en notas periodísticas publicadas en los medios donde trabajan.

Como menciona el entrevistado Carlos Guyot en otro pasaje de este libro cuando se refiere a la productividad de periodistas como Hugo Alconada Mon, la cantidad de publicaciones no es sinónimo de calidad. Y esto se ve reflejado en muchas de las postulaciones al premio. Se podría decir que un 30% de los trabajos postulados no son considerados bajo los estándares clásicos del periodismo de investigación, razón por la cual es que durante la segunda edición del premio también se habilitó la categoría "Periodismo de Profundidad", donde es posible presentar informes o notas que no alcanzan los parámetros de calidad de una investigación considerados por FOPEA.

El jurado del premio, habitualmente conformado por tres periodistas (dos extranjeros y uno de la Argentina), adoptó los más altos estándares para seleccionar a los finalistas y ganadores. Teniendo en cuenta los criterios mencionados en este capítulo para que una pieza periodística sea catalogada como de investigación, resulta de valor compartir las observaciones realizadas en el acta[5] de evaluación del premio por el jurado de la edición 2016:

5 Acta de Premio FOPEA al Periodismo de Investigación 2016: http://www.premiofopea.com/ganadores-anteriores/ganadores-2016/actas-jurado-2016/.

“Una proporción importante de los trabajos postulados dejó ver que persiste cierta confusión acerca de las características del género de periodismo de investigación”. Profundizando en estas características, amplía su argumentación de la siguiente forma: “La investigación periodística, como género específico y no como la actividad diaria de recolección y contraste de informaciones, revela algo que un poder intenta mantener oculto, e implica el acceso a fuentes que por lo regular no están disponibles. Los hallazgos de la investigación periodística deben ser producto de la labor de reportería del periodista, en lugar de difundir los descubrimientos de terceros. La reportería del periodismo de investigación incorpora técnicas de trabajo de campo que no son usuales en la tarea informativa diaria”. Y agrega: “algunos trabajos postulados mostraron valores periodísticos, calidad de producción, e impacto en la sociedad, pero no pudieron ser considerados por no encuadrar en las características del periodismo de investigación, mencionadas en el apartado anterior”. Es así como en la edición 2016 del premio el jurado consideró que las emisiones y programas de televisión presentados no alcanzaban estos criterios para hallar un ganador. La explicación fue que “a pesar de haber encontrado trabajos de alto impacto y calidad periodística, para el jurado no fue posible hallar un ejemplo que cumpliera con los requisitos del periodismo de investigación, tal como sí sucedió en el resto de las categorías. Sin embargo, el jurado encontró en las notas que en los medios televisivos y radioeléctricos de Argentina el potencial para el desarrollo de historias investigativas es evidente”.

El esfuerzo profesional y el compromiso personal que implica adentrarse en un trabajo de investigación requiere de apoyo no sólo de los medios, los colegas, sino de la sociedad en general, que

se ve beneficiada con la puesta en conocimiento de información que los poderes y las mafias querrían ocultar. Esta es una de las razones por las que FOPEA propone mantener y apoyar este género, para que colegas de todo el país cuenten con un espacio de trabajo y publicación independiente.

Es tal el compromiso que mantiene FOPEA con este formato periodístico que en el marco del VII Congreso Internacional de Periodismo, realizado en la ciudad de Buenos Aires en el mes de noviembre de 2017, se desarrolló también la octava edición de la Conferencia Latinoamericana de Periodismo de Investigación (COLPIN), organizada por el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) y Transparencia Internacional. Ambas actividades tuvieron a la Argentina como país anfitrión, donde se realizaron disertaciones, talleres de capacitación y la entrega del Premio COLPIN, de gran prestigio internacional.

7. La aspiración del paradigma

El contexto de crisis de los medios, que para muchos editores y analistas representa un obstáculo para la producción de periodismo de calidad (especialmente de periodismo de profundidad y de datos), es citado sin embargo por expertos de la actividad como la única esperanza para la supervivencia de las empresas periodísticas. Incluso en el estudio realizado para este libro, reconocidos periodistas de diversos medios señalan la investigación periodística como un género de valor. El 91% de los entrevistados menciona que es “extremadamente importante” que se deba “reportar las cosas tal como son”, característica ligada íntimamente a este género.

Desde hace muchos años se habla de la crisis en los medios por múltiples factores (en su modelo de negocio, de credibilidad y cambio de interés de sus audiencias, por la transformación tecnológica, etcétera), y al mismo tiempo se busca determinar cuál es el valor agregado que pueden otorgar cuando existen otras plataformas en donde circulan las novedades del día. El periodismo de investigación es una de las claves para transitar este período de transformación de los medios. Producir investigaciones de calidad implica contar con contenido original y valioso que haga que un medio se diferencie de los demás y que las audiencias vuelvan a elegir un medio que busca fidelizarlo.

Así lo advierte también Guillermo Rivaben, CEO de *La Nación*, quien en su exposición durante la conferencia LATAM 2016 organizada por WAN-IFRA en Buenos Aires señaló que "para nosotros, es relevante hacerle propuestas de valor a nuestra audiencia. La buena noticia es que, en la explosión de plataformas, el contenido sigue siendo lo central. El contenido de calidad y relevancia es el elemento central. Vamos a buscar nuevas formas de monetizarlo". En este sentido, cuenta con la credibilidad que el medio puede aportar a los lectores habituales: "Los apóstoles les llamamos a los lectores fieles. A ellos tenemos que dedicar nuestro esfuerzo".

Coincide con esa visión Héctor Aranda, CEO de *Clarín*, quien en el mismo encuentro manifestó que "el eje son los contenidos. Hemos comprendido que la fábrica de nuestra industria no es la imprenta sino la sala de contenidos. El rigor periodístico, la calidad y la sensibilidad a nuevas tendencias informativas son la clave".

Claro que la visión y las posibilidades concretas de destinar recursos a la investigación periodística como actividad cotidiana difieren al cambiar la escala hacia medios más pequeños, en los cuales la relación entre ingresos y costos de producción de contenidos es más tensa y estrecha. Sin embargo, como se mencionó antes, hoy en día las posibilidades técnicas de trabajo con bases de datos –donde se puede hallar información que derive en una investigación periodística–, o los nuevos modelos de trabajo colaborativo o mediante un consorcio, facilitan el trabajo en equipo y distribuido que colabora con la posibilidad de abordar investigaciones en profundidad.

Al mismo tiempo que baja el promedio de edad de los periodistas en las redacciones y crece proporcionalmente su habilidad para el manejo de herramientas digitales y nuevas tecnologías, se reducen o eliminan las áreas o grupos dedicados a investigación o reportes complejos. El relevo generacional implica a las empresas un esfuerzo de capacitación y formación que no todas parecen dispuestas a costear por sí mismas, pero que se hace necesario discutir y revisar de forma permanente.

Desde siempre los periodistas con predisposición hacia la investigación de casos de corrupción o violaciones al marco jurídico por parte de funcionarios, sindicalistas, empresarios o ciudadanos particulares han coexistido en las redacciones con otros que se inclinan hacia la cobertura de hechos presentes, sin ahondar en sus antecedentes, efectos o aspectos menos evidentes para el público o para el funcionamiento de las instituciones.

Y esto no ha impedido, aun en medios periodísticos pequeños, producir trabajos de relevancia que han permitido modificar en forma

favorable la realidad cercana de la ciudadanía en el ámbito de influencia y obtener, como recompensa principal, la fidelización y el respeto de la audiencia. Así, lo que muchos advierten como un gasto puede ser visto en realidad como una inversión rentable y positiva para la sustentabilidad en el tiempo de una empresa periodística.

Para esto, las academias y universidades que forman periodistas y otros profesionales especializados en temas ciudadanos, los medios de comunicación, las entidades gremiales y los partidos políticos y asociaciones civiles tienen una responsabilidad compartida, con el fin de que la posibilidad y la decisión de producir periodismo de investigación y de calidad no dependan sólo de la iniciativa empresarial y de asumir costos y riesgos que, para muchos, implican poner en peligro la sustentabilidad del ejercicio de su profesión.

Si bien queda claro en el estudio que se presenta en este libro que en la Argentina el periodismo de interpretación tiene más presencia en las notas de los medios analizados que el periodismo de investigación, en algunos casos porque el propio periodista avanza sobre este método para comunicar y, por el otro, porque parece ser que la propia audiencia demanda cierta explicación de los hechos, y que ha disminuido la cantidad de notas de investigación (solo el 2% de las notas relevadas son del género investigativo), también queda claro que la cantidad no es el valor único o que prima cuando se analiza la calidad de las notas de investigación, ni su impacto.

FOPEA considera fundamental mantener la aspiración de que el género denominado periodismo de investigación –avalado por

datos duros, documentos e información– siga vigente principalmente en coberturas donde lo que prima es la indagación y monitoreo de los estratos de poder. Se hace necesario que el periodismo muestre lo que el poder pretende ocultar.

La suerte del periodismo de investigación en la Argentina enfrenta dos desafíos. Por un lado, superar los obstáculos económicos y los temores políticos que limitan la actividad hacia adentro y hacia afuera de los medios de comunicación. Y, por otro, devolverle prestigio, no por su capacidad para generar escándalos más o menos fugaces de éxito en las ventas, sino por su estrecha relación con la calidad de la democracia y de las instituciones republicanas en el país.

La trama interna del periodismo argentino

Fernando J. Ruiz (Universidad Austral)

Las transformaciones que está viviendo el periodismo producen una creciente inestabilidad de su rol democrático. El periodismo tiene una personalidad múltiple y está en permanente transición. En este contexto es difícil reducir la diferencia entre discurso y realidad en el periodismo argentino.

1. El periodismo como profesión democrática

Desde su origen ha existido una enorme discusión pública sobre la naturaleza y las prácticas de la profesión periodística. Como si fuera una condena por su tarea de hacer visible a los demás, el periodismo siempre estuvo en la vidriera, casi como ninguna otra profesión.

Hoy es especialmente discutido, tanto desde afuera como desde adentro de la profesión. Por eso es relevante entender las tensiones principales que explican su lógica actual y cómo están siendo desafiadas.

Tan discutido es el periodismo que algunos dicen que está en extinción, que tiene un rol redundante en el nuevo ecosistema de comunicación.

Ha habido largas etapas históricas en las que las prácticas profesionales fueron estables y duraderas en el tiempo, mientras que hay otros ciclos en los que el cambio parece la norma. Hoy estamos en uno de esos ciclos de fuerte cambio, que requieren mayor atención en su comprensión para poder seguir asistiendo a la profesión desde la academia, sobre todo en su rol cívico.

Nuestro punto de partida es entender que el periodismo es una profesión democrática. Lo es en varios sentidos, pero en especial en un sentido técnico. Esto quiere decir que es una profesión que no puede desarrollarse sin el marco de las libertades civiles y políticas que ofrece un régimen democrático.

No todas las profesiones tienen ese estatus. En principio, un arquitecto o un ingeniero pueden desarrollarse profesionalmente en el interior de las dictaduras. Sus necesidades profesionales no exigen nada al régimen político. Es obvio que esto no ocurre con la profesión periodística, que necesita márgenes de libertad superiores para poder cumplir con los estándares profesionales mínimos, como consultar a todas las fuentes o verificar la información en forma independiente.

Por eso entonces la primera responsabilidad profesional del periodismo es la defensa de la democracia, porque la profesión debe en primer lugar defender el contexto que hace posible su desarrollo como profesión.

De esa forma, el periodismo debe construir criterios de seguridad democrática, evitando ser artífice de la ingobernabilidad e instrumento ciego de actores que, en forma consciente o no, empujan

el régimen a un abismo. Cuando los gobiernos latinoamericanos comienzan su mandato se suben a un puente colgante entre dos montañas e intentan llegar como pueden hacia el otro lado. El periodismo no es defensor de los gobiernos, pero sí tiene una responsabilidad especial en su cuidado si la caída de un gobierno está atada a la caída democrática. Este argumento es necesario pero muy delicado, pues, como dice José Luis Exeni para el caso boliviano, el "trauma de la ingobernabilidad" se convierte en un aliciente para tolerar muchas cosas que son intolerables, lo que termina degradando seriamente la vida pública.[1]

Por eso, la pericia periodística exige en cada momento histórico encontrar el balance adecuado; y, por supuesto, será inevitable cometer errores en esa evaluación. De todas formas, un proceso de autocorrección continua, basado en un debate intra-profesional importante, es una guía fundamental.

2. Las tres dimensiones principales

La profesión no puede ser analizada en forma simplificada, y unidimensional, como muchas veces se hace. Hay una complejidad esencial que hay que reconocer. En la medida en que intentemos explicar el periodismo con lentes poco sofisticados, será difícil entender hacia dónde va.

Por eso proponemos entender el periodismo como una actividad que tiene tres dimensiones principales, como si fuera un cuerpo

1 Exeni, J.L. (2005). *MediaMorfosis. Comunicación política e in/gobernabilidad en democracia. Bolivia:* Plural–Fado.

con tres almas. Estas tres dimensiones interactúan en forma permanente y ayudan a explicar su actuación.

Las tres dimensiones son:

- La dimensión *política*, que consiste en analizar su rol como actor político, donde sus acciones tienen efectos en ese escenario. Quiera o no, el periodismo tiene incidencia política. A través de él se materializan hechos políticos; pueden ser beneficiados con su acción algunos actores en detrimento de otros; se contribuye a diseñar escenarios públicos en los cuales actúan los actores políticos propiamente dichos. Y existen muchos otros mecanismos a través de los cuales esa incidencia se produce. Aunque un periodista no tenga la pretensión de hacer un acto político, sus decisiones profesionales afectan de una u otra forma a la política, desde la profundidad con la que se prepara para una entrevista hasta, obviamente, la selección de las personas que se va a entrevistar o los temas que elige indagar. Parecen todas decisiones estrictamente profesionales, pero tienen también una evidente dimensión política. Si en la entrevista el periodista va preparado para repreguntar con eficacia para aclarar las respuestas o si, por el contrario, no pide aclaraciones, está entregando distinta calidad de contenidos a la discusión pública. Por eso, los medios y los periodistas son siempre actores políticos. Desde su origen, hace más de doscientos años, los periodistas se han clavado en el corazón de la vida democrática. Su influencia en la política no es una manifestación reciente, sino que está en el mismo origen de la democracia moderna.

- La dimensión *económica* se refiere a su dimensión de lucro. Gran parte del periodismo se realiza en medios comerciales, que son empresas con fines de lucro, y otra parte en organizaciones estatales o sociales, que también pueden tener estrictos objetivos económicos. Por lo tanto, en la mayoría de las organizaciones periodísticas hay un objetivo de obtener recursos como factor importante para tomar las decisiones tanto empresariales como editoriales. Esta dimensión económica existe también en la mayoría de las otras profesiones, y todas están tensionadas por este interés. En la práctica de la abogacía o la medicina también está en puja la dimensión de servicio público con el interés económico del profesional. Forma parte de la misma vida moderna esta ambigüedad de la actividad, que navega entre el mercado y los ideales profesionales que le dan sentido. En el periodismo obviamente también. En general son los directivos principales y los empleados de las áreas gerenciales de los medios de comunicación los que están más orientados hacia el lucro. Pero en la compleja trama del periodismo local la dimensión económica está muy presente en el interior de muchas redacciones.

- La dimensión *profesional* es el análisis de aquello que tiene que ver con los ideales, normas y prácticas elaboradas históricamente por el periodismo. En todo medio de comunicación hay una redacción, una comunidad de periodistas, la que tiene determinados estándares profesionales, que pueden promover visiones distintas a la dimensión política y económica del medio. Cada profesión tiene un ideal al cual servir: la abogacía, a la justicia; la medicina, a la salud, por ejemplo. La sociedad otorga un poder de acción en un campo determinado

> para que quienes ejercen la profesión tengan la responsabilidad delegada para defender ese ideal. Desde ese punto de vista, los centros de formación son centros de producción de poder profesional. A quienes egresan como médicos la sociedad les da el poder de que tomen un bisturí y nos hagan un tajo; a quienes egresan como abogados les damos un poder para que nos representen en los litigios; también, de la misma manera, a quienes ejercen el periodismo se les da un poder para informar, explicar y permitirnos acercar un poco más a la verdad de las cosas. Es posible que una profesión esté más legitimada socialmente en la medida en que se perciba que está más y mejor dedicada a cumplir ese ideal público. En un medio de comunicación hay un criterio profesional que tiene que ser defendido para seguir estando orientado hacia ese ideal público.

Es habitual simplificar el análisis del periodismo y considerar que es solamente un actor de lucro, donde las noticias son mercancías y todo se subordina a la ganancia; o convertir a todo el periodismo en un actor político para explicar en forma determinista sus acciones; también están quienes, en una visión idealista sin base en la realidad, desconocen sus intereses políticos y económicos y lo consideran solo guiado por la norma profesional.

Es evidente entonces que la generalización no ayuda a entender. El periodismo es siempre, al mismo tiempo, un actor político, de lucro y profesional. La interacción entre estas tres dimensiones sirve para explicar la performance del campo periodístico. Cada dimensión puede sustentar una visión diferente de lo que el medio debe hacer, o ser parcial o completamente coincidentes. Son tres visiones

diferentes que pueden converger o no. La distribución del poder en el interior del medio será quien irá resolviendo la visión que finalmente ese medio de comunicación expresa en público. Cada dimensión tiene un poder relativo en el interior del medio y se produce una confrontación permanente. De todas formas, no siempre son los periodistas los que defienden los criterios profesionales, ni son siempre los directivos los que se aferran a los criterios políticos o económicos. La complejidad de los medios de comunicación –en particular en América Latina– hace que estas tres dimensiones estén curiosamente entrelazadas: decisiones supuestamente profesionales están en realidad teñidas de partidismo, o decisiones en apariencia políticas encubren objetivos de lucro.

En el interior de un medio hay distintos niveles (dueños, directivos, empleados no periodísticos, redacción) donde cada uno de esos niveles tiene una configuración de relaciones externas especial. Los dueños tienen determinadas relaciones con políticos, con empresas, con otros sectores sociales, de la misma manera que el resto de los niveles. Esa determinada configuración de relaciones externas –tanto de los dueños como de los directivos o de los periodistas– va a contribuir a delimitar la fuerza que cada una de las tres dimensiones tiene dentro de cada medio.

Para dar un ejemplo simple, si un periodista tiene una estrecha simpatía con un candidato partidario es posible que sus decisiones periodísticas referidas a él estén más guiadas por la política que por la profesionalidad. Eso mismo ocurre con cualquiera de los sectores en el interior del medio. Una relación especial de un directivo con un anunciante, las relaciones personales entre un dueño y un importante empresario, o un líder religioso, también

configuran una trama de relaciones que finalmente impacta sobre el poder que tiene cada una de las tres dimensiones en la cobertura periodística que ese medio hace.

Por supuesto, en cada medio de comunicación la mezcla que sus decisiones tienen entre las tres dimensiones es diferente. Pero sobre todo los medios de interés general necesariamente actúan en estas tres dimensiones, y su cobertura periodística será diferente de acuerdo a cómo esté distribuido el énfasis que finalmente la organización pone en la combinación de esas tres dimensiones.

Hay medios que priorizan la dimensión profesional, y en esas redacciones son los criterios periodísticos los que construyen la noticia; en otros se prioriza la rentabilidad en sus decisiones periodísticas; y están, por supuesto, los que están plenamente sumergidos en la vida política con un posicionamiento claro, activo y militante. En este último caso, una guerra mediática es, por definición, la hiperinflación de la dimensión política en la producción periodística, postergando la dimensión profesional y seguramente también la económica.

En general, lo más frecuente suele ser una combinación de las tres dimensiones y, además, en los distintos momentos históricos, el balance entre dimensiones puede ir cambiando en cada medio. Hay medios que, cuando tienen una buena situación económica, optan por dar más protagonismo a su dimensión profesional (a su redacción), y cuando tienen dificultades con la rentabilidad, aumentan la injerencia del management en la noticiabilidad. Esa es la vida cotidiana de los medios, y en general todos los días hay negociaciones implícitas o explícitas entre las

tres dimensiones de un medio para finalmente sacar su producto o servicio periodístico.

Por lo tanto, la construcción histórica de la identidad de cada medio se va tallando con la diferente combinación entre esas tres dimensiones.

En nuestro país, la configuración de relaciones externas de los medios suele reducir mucho el espacio de libertad de la redacción. Han existido históricamente medios semipúblicos, que son los medios estatales que están dominados por un grupo político y su agenda; y existen abundantes medios semiprivados, que son propiedad de empresarios, pero tienen una relación de dependencia con los poderes y fondos públicos. Tanto en estos medios semipúblicos como en los semiprivados, la interrelación de las tres dimensiones reseñadas se va construyendo de un modo muy particular, con un poderoso sesgo contra la dimensión profesional.

Lo conmocionante del momento actual es que todas las dimensiones están sufriendo un fuerte impacto al mismo tiempo, por lo que se puede decir que el periodismo es una institución en tránsito.

3. El cambio de fondo y su impacto en las tres dimensiones. *Del desierto a la selva*

En la historia del periodismo siempre hemos tenido un escenario oligopólico, es decir, un espacio mediático donde muy pocos medios funcionaban como *gatekeepers* relevantes, que eran quienes abrían o cerraban con bastante discrecionalidad la canilla del acceso al

espacio público. Eran tres o cuatro diarios, tres o cuatro radios y dos o tres canales. Después había una multitud de pequeños medios en los márgenes, pero la atención pública, el escenario nacional, estaba concentrado en muy pocos actores. Los medios que estaban fuera de ese grupo oligopólico podían acceder eventualmente con algún protagonismo fugaz, y luego volver a sus márgenes; o, si tenían éxito y se instalaban de forma permanente en la vidriera principal, seguramente estaban desplazando a otro medio a los márgenes. Pero siempre han sido pocos los medios realmente relevantes.

Ahora, en cambio, con la revolución digital hemos pasado a una etapa donde el acceso al espacio público es más accesible, y el poder de ese oligopolio de *gatekeepers* para controlar ese acceso se ha reducido mucho. Este es un tránsito que ha demorado veinte años.

Por supuesto también, si ahora tener acceso al espacio público es más fácil, es más difícil lograr la amplia visibilidad que permitía el escenario oligopólico anterior. Antes podía costar mucho acceder a esos medios oligopólicos, pero una vez que se accedía la fama y la visibilidad pública estaban aseguradas. Ahora es tan tumultuoso y atropellado el acceso a lo público, a través de internet son tantos los que fácilmente logran el acceso a lo público, que eso ya no implica de por sí la visibilidad y la fama. La red es una nueva vía pública, donde todos podemos difundir contenidos pero donde es muy difícil lograr que nuestro mensaje sea efectivamente visto y, menos todavía, recordado.

Antes era difícil el acceso por parte de personas, grupos o temas, pero una vez logrado ese acceso, la visibilidad era amplia; ahora

es fácil el acceso al espacio público, pero mucho más difícil hacer el mensaje masivamente visible.

La metáfora de un periodismo en viaje desde el desierto a la selva es habitualmente utilizada en sus presentaciones por uno de los más destacados pensadores y animadores del periodismo latinoamericano, el profesor de la Universidad de Texas Rosental Alves. Esta imagen se puede relacionar con la afirmación del profesor de la Universidad de Navarra Alfonso Sánchez-Tabernero, quien señala que antes de la revolución digital el escenario de los medios fue oligopólico, en el sentido recién explicado de que eran pocos los actores mediáticos relevantes en cada uno de los mercados. Ese sería el cambio. El “desierto” de Rosental Alves, o el “oligopolio” de Sánchez-Tabernero, está siendo atravesado por una revolución digital que diluye bastante el reino de poderes mediáticos existentes y multiplica los aspirantes a usufructuar esos tradicionales poderes, considerados por algunos con efectos superpoderosos.

Por supuesto, no se puede exagerar el argumento del cambio afirmando que ahora esos medios son irrelevantes. Que tengan menos poder que antes no quiere decir que ahora no tienen poder. En la actualidad no estamos en un momento en el que los medios tradicionales han dejado de tener un peso especial. Estamos, por el contrario, en una situación híbrida, y todo análisis del periodismo tiene que reseñar esa hibridez.

Es necesario también señalar que si bien se ha diluido en alguna medida el oligopolio mediático, estamos en un fuerte oligopolio de plataformas, pero estas están suficientemente abiertas para permitir una pluralidad de medios que no para de expandirse. Si

bien existe una discusión sobre si esas plataformas –como Google o Facebook– podrían estar ejerciendo abusos con su posición dominante, las barreras de entrada de nuevos medios son inéditamente bajas en términos históricos.

Y esta revolución, por supuesto, impacta en cada una de las tres dimensiones periodísticas antes descriptas. Por eso ahora analizaremos los cambios en cada una de esas dimensiones.

4. Dimensión económica

El llamado periodismo tradicional, que se hizo en la prensa escrita, la radio y la televisión, tiene ahora serios problemas de financiamiento. Por lo tanto, el futuro económico del periodismo está lleno de incertidumbre. Las audiencias son cada vez más volátiles; y los anunciantes fragmentan sus presupuestos de publicidad, que además pueden utilizar con mayor eficiencia.

Durante mucho tiempo, el gran sostenedor económico y social del periodismo ha sido el hábito informativo. El oyente, el lector o el televidente tenían rutinas informativas sólidas, que hacían previsible la masividad de la audiencia y, por lo tanto, también le daba previsibilidad al balance económico de esos medios de comunicación. Hoy esos hábitos informativos están siendo pulverizados.

Entre otros, podemos encontrar los siguientes factores de debilitamiento de esos hábitos informativos:

- La continua producción de nuevos dispositivos. Los fabricantes están continuamente innovando y lanzando nuevos

productos al mercado, que nos ofrecen formas nuevas de consumir noticias. Desde la era de la PC a la del *smartphone*, hemos pasado por distintos soportes para las noticias, y eso va a seguir cambiando. De acuerdo con las predicciones actuales más habituales, el nuevo salto va a ser de los *smart-phones* a la llamada internet de las cosas, donde tendremos las noticias disponibles en muchas de las "cosas" que hoy nos rodean, como sillones, heladeras, paredes, espejos, etcétera. Cada nuevo dispositivo, o innovación en uno ya existente, intenta impregnarnos un hábito nuevo para recibir el servicio periodístico.

- Nuestro uso de los dispositivos no suele ser lineal, sino que tiene saltos de aprendizaje, que hace que encontremos cada tanto nuevos usos al mismo dispositivo. Cada salto de aprendizaje nos puede inducir a incorporar nuevos hábitos informativos. Cuando nos compramos nuestro *smartphone* no lo usamos posiblemente de inmediato con todo su potencial ni aprovechamos las nuevas oportunidades de informarnos. Hay una curva de aprendizaje de uso de ese dispositivo, que hace que vayamos variando posiblemente nuestro hábito informativo.

- Los cambios permanentes de la oferta informativa donde se agregan nuevos medios periodísticos. En la "selva" surgen en forma permanente nuevos actores que ofrecen información. Nuestro hábito informativo es desafiado por estos nuevos actores, que nos dan nuevas posibilidades para informarnos. El bajo costo de ingreso que tiene instalar un nuevo medio de comunicación digital hace que el ingreso de actores sea

masivo y permanente. Todos ellos intentan atraer nuestra atención y muchas veces lo logran, sacándonos de nuestros hábitos informativos anteriores.

- La cultura interna de cambio permanente de los medios digitales para adaptarse frente a los competidores. Podemos estar cambiando los hábitos informativos, aunque estemos habitualmente interactuando con los mismos medios. En el mundo digital existen tanto el éxito súbito como la muerte súbita. Por lo tanto, apenas algún competidor empieza a moverse en una nueva dirección y empieza a tener algún éxito, la angustia de las organizaciones competidoras se dirige a moverse también en esa dirección, innovando en ese sentido. En el trabajo de Alejandro Rost y Fabián Bergero, del 2016, se calcula un rediseño profundo de la web de un medio cada dos años.[2] Es posible que ese lapso se esté acortando. De esa forma, el propio medio también atenta contra la consolidación de hábitos informativos de su audiencia más fiel. Ellos mismos están ofreciendo a sus usuarios nuevas alternativas para informarse. Si un medio no tiene un proceso de crecimiento sostenido de la audiencia se puede pensar que ya está pasando su momento y que hay nuevos actores que están creciendo que lo reemplazarán en el futuro. En el mundo digital, así como un medio puede instalarse en forma bastante rápida, también puede velozmente perder su protagonismo. Esta lógica no solo se aplica a medios de comunicación, sino

2 Rost, A. y Bergero, F. (2016). “Argentina”, en Ramón Salaverría (coord.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica*, . Madrid: Fundación Telefónica/Universidad de Navarra/Ariel, pp. 2-18.

también a las grandes plataformas como Google, Facebook, Twitter, Netflix o Instagram, las que también saben que pueden sufrir una rápida e inexorable pérdida de relevancia.

Las redacciones son por eso hoy también laboratorios. Tienen el doble trabajo, cada día, de hacer periodismo y de buscar las innovaciones que están haciendo sus competidores –tradicionales o nuevos– para no perder el paso al cambio, pues una demora en incorporar la nueva tendencia puede ser fatal.

Todos estos factores hacen que posiblemente la misma expresión "hábito" –referida a algo que hacemos en forma repetitiva cada día– tenga cada vez menos sentido. Tanto estamos cambiando los hábitos, tan líquidos se han convertido que bien podríamos decir que si hábito es algo que hacemos en forma repetida, casi ya no hay hábitos informativos. Y eso produce una inestabilidad muy grande a las estrategias de negocios de los medios de comunicación.

Las audiencias son un blanco muy móvil y volátil para los planes de negocio.[3] Y la solidez del periodismo tiene como condición necesaria un modelo de negocio al menos un poco más estable.

5. Dimensión política

El impacto de la revolución digital sobre la dimensión política del periodismo tiene algunos aspectos salientes.

3 Para el caso de Estados Unidos, que funciona en gran medida como referencia para la industria local, se pueden revisar los informes anuales elaborados por stateofthenewsmedia.org.

La actividad política de una época determinada siempre está atravesada por el ecosistema mediático. No podría ser de otra forma. En el teatro de la política los medios son los dueños de la sala, son actores importantes en el escenario y son además interlocutores privilegiados para contarle al público lo que está ocurriendo en el estrado. Y esto ha ocurrido tanto en la era del parlamento de papel con los periódicos como en la era de la radio y en la de la televisión. Tanto los periódicos como las radios y las pantallas fueron un espacio central de la política, y en muchos casos lo siguen siendo.

Desde los medios se define adónde se discute, cuáles son las formas de la discusión y, entre otras cosas, a qué velocidad y con qué ritmos circula la política. También el periodismo construye a cada paso hechos políticos, que impactan en el escenario de muy distintas maneras, por lo que es evidente que una revolución en los medios de comunicación deja su marca muy visible en la forma de hacer política. Por eso, necesariamente una revolución en los medios es también una revolución en la política.

Lo más notable de la incidencia del cambio digital en el periodismo es su posible proceso de "marginalización" política.[4] Si bien sigue siendo un actor relevante en el escenario en cada país, el periodismo sufre una pérdida de incidencia, y sus funciones pueden ser cubiertas por otros medios de comunicación social no

4 Donsbach, W. (2015). "El periodismo como la nueva profesión del conocimiento y sus consecuencias para la formación de periodistas", en Fernando J. Ruiz (coord.), *Cómo entender el periodismo. Selección de la obra de Wolfgang Donsbach.* Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung, pp. 65-91.

periodísticos. La principal agencia mundial de noticias es Twitter, el principal medio de comunicación social global es Facebook y la principal agencia de fotoperiodismo del mundo es Instagram. El escenario digital está reubicando en un lugar menos expectante a los medios tradicionales del periodismo en cada país. Este es un proceso que se hace a distinto ritmo en cada país, pero seguramente está ocurriendo en todos. Algunas de las marcas periodísticas tradicionales son más ágiles en hacerse relevantes en el nuevo ecosistema mediático, y también surgen nuevas marcas con mucha fuerza.

En el actual contexto, los periodistas han perdido centralidad en su incidencia política. El escenario es ahora mucho más variado, donde solo una parte de la gestión de la visibilidad pública es controlada por la profesión periodística.

Muchas de las necesidades que la teoría democrática exigía al periodismo pueden ser ahora satisfechas por el ciudadano con otros medios de comunicación no periodísticos. Y esto ha generado una discusión profunda en el interior de la profesión sobre cómo puede el periodismo volver al rol central que antes tenía asignado sin que prácticamente nadie lo pusiera en duda.

Desde este punto de vista, se puede correlacionar la crisis de financiamiento del periodismo con cierta crisis sobre su necesidad democrática. De alguna forma, alguno podrá decir que justamente esa crisis de financiamiento tiene que ver con cierta redundancia de su rol y una creciente irrelevancia de su necesidad. Su producción de valor, no solo para el usuario como consumidor, sino también para el usuario como ciudadano, está ahora en jaque.

6. Dimensión profesional

Este enorme cambio de escenario también afectó la dimensión profesional. La profesión está articulada en un ideal, valores, competencias y rutinas, que tenían distinto desarrollo según el tipo de medio que fuera, y según el tipo de periodista.

Con la profusión de nuevas plataformas, y la alteración de las tradicionales, la profesión fue impactada en muchos planos. En gran medida la variación que existe en las investigaciones de Worlds of Journalism tiene que ver con este momento de enorme cambio. Esta reinvención del periodismo que se está viviendo afecta desde el ideal normativo de muchos periodistas, hasta obviamente las rutinas más concretas de su trabajo diario. Afecta el para qué se hicieron periodistas y también afecta el cómo se hace el trabajo de un periodista.

Las diferentes generaciones que hacen periodismo sufren cada una a su manera esta transición. Las más veteranas sienten que han perdido un mundo profesional que ahora idealizan y antes criticaban amargamente; las generaciones más jóvenes se acercan a una profesión 'desidealizada' que no les ofrece la adrenalina prometida, sino que los disuelve en un flujo periodístico de siete por veinticuatro que parece una línea de montaje con poca efervescencia emocional.

Si el periodismo es una profesión que está cumpliendo alrededor de dos siglos, cada nuevo medio ha redefinido su forma de cumplir su servicio a la sociedad. Ante cada nueva plataforma inventada, los periodistas debían readaptar sus ideales profesionales. Así

ocurrió a medida que los diarios se fueron haciendo más autónomos en el siglo XIX, con la invención de la radio y la televisión en el siglo XX y, por último, con el escenario digital.

Existe un falso antagonismo entre competencias clásicas y competencias nuevas, que genera una grieta peligrosa en la práctica. Las competencias *clásicas* son aquellas que tienen que ver con la capacidad expresiva, investigativa y verificadora, mientras que las *nuevas* son las relacionadas con la comprensión de la lógica digital, el manejo experto de las herramientas y plataformas, y su pericia para el desarrollo de audiencias. Cuando los periodistas parecen optar solo por uno de estos dos grupos de competencias, su perfil profesional se degrada.

En definitiva, el periodismo está en el negocio de la comprensión, no de la información, como dice el investigador Robert G. Picard.[5] Pero ese es un proceso de adaptación que le está llevando mucho tiempo entender a la industria. Y un peligro posible es que en este tránsito de adaptación se pierdan las competencias profesionales necesarias para que se pueda concretar ese proceso de agregación de valor a sus audiencias. Si el periodista gana competencias digitales pero pierde competencias clásicas de la profesión, su posibilidad de servicio a la comunidad se va a ver afectada.

Este desgajamiento de las competencias profesionales parece estar guiado por los incentivos realmente existentes en las redacciones.

5 Picard, R.G. (2010). *La creación de valor y el futuro de las empresas informativas. Por qué y cómo el periodismo debe cambiar para seguir siendo relevante en el siglo XXI.* Barcelona: Editora Media XXI.

El éxito hoy en el trabajo diario está dado por el impacto y la viralización de lo producido, mientras que antes el prestigio se medía por la calidad de la información obtenida. El rumbo de la profesión va a depender mucho del grado de conciliación entre las competencias digitales y competencias clásicas que tenga la vanguardia profesional.

7. Hacia dónde vamos

De este periodismo con personalidad múltiple, con sus tres dimensiones, que está transformándose en forma rápida por la revolución digital, impactando cada una de esas tres almas que lo gobiernan, puede salir un nuevo periodismo fortalecido.

El aporte de Worlds of Journalism sirve para comparar el discurso que los periodistas tienen sobre su trabajo con su performance real, y nos puede dar un excelente observatorio para analizar los cambios que se han producido y van a seguir ocurriendo.

En todas las profesiones debe existir cierto desajuste entre la performance y el discurso. Y es posible que esa brecha aumente en la medida en que en ese país la democracia es de menor calidad.

Para el caso del periodismo, el discurso público de la profesión en un país puede estar muy relacionado con un discurso bastante homogéneo de periodismo internacional, que hace hincapié en valores generalmente comunes que identifican este campo en todo el mundo. En cambio, la práctica es más local. Así, si el discurso profesional tiende a ser más homogéneo a nivel internacional, la práctica profesional es enteramente local. Es en esto último

donde el periodismo se "nacionaliza". Son muy pocos los países en los que se acepta formular un discurso profesional nacional, sino que se adopta el estándar discursivo internacional y luego se adapta a la práctica local. Esto lleva a que el discurso profesional sea muy similar en todos los países democráticos, pero la realidad de la práctica real sea diferente en todos esos mismos países.

En la historia es más fácil advertir este desfasaje, por ejemplo con el caso del periodismo latinoamericano. Durante los sucesivos ciclos de dictaduras y democracias que sufrió la región en el último siglo, muchas veces fue notable la concordancia que había entre el discurso profesional de los grandes medios locales con el emitido por los grandes medios del mundo en países democráticos. Sin embargo, estos medios locales, que tenían ese discurso profesionalista, en su práctica cotidiana muchas veces lo contradecían y tenían relaciones de apoyo activo a situaciones autoritarias evidentes, donde la práctica concreta era de administración y control de noticias sensibles para el poder de turno.

Pero los procesos de democratización de fines del siglo XX han contribuido a acercar el discurso a la práctica. El periodismo es una profesión democrática, en el sentido de que su desarrollo depende necesariamente de la calidad de un régimen político determinado. Otras profesiones son más autónomas de las condiciones políticas, pero el periodismo es muy dependiente.

De alguna forma, desde este punto de vista, el proceso de profesionalización es un proceso de acercamiento entre la performance y el discurso. Este déficit profesional es por supuesto tema de debate, y la discusión sobre la profesión va construyendo los

consensos para avanzar o no en el cierre de este déficit. Los medios líderes, los periodistas influyentes en el campo, los gremios y organizaciones profesionales, los académicos referentes, van produciendo el corpus de prácticas realmente existentes, que a veces se aproximan y otras no, a las prácticas del periodismo más profesional de los países de alto desarrollo democrático.

Ahora la revolución digital nos obliga a repensar todo el periodismo de nuevo: necesitamos tanto un nuevo discurso como una nueva práctica. Y esta reinvención no es local, la vive el periodismo en todos los países democráticos del mundo.

De acuerdo con las estimaciones de Adriana Amado, existen unos cinco mil periodistas en el país. Estos periodistas tienen una realidad laboral muy diversa, como expresa el reciente libro editado por FOPEA, *Periodismo cercan(d)o*, editado también por la Fundación Konrad Adenauer, que analiza la profesión en casi todas las provincias.

Sobre la base de datos de Amado, se puede decir que los periodistas de hoy están más formados que los de ayer, trabajan más horas y posiblemente ganan menos, tienen menos tiempo para investigar lo que más les interesa, se sienten más presionados por la audiencia, por la agenda de Twitter y de Facebook, y están más dispuestos que antes a difundir contenidos que consideran frívolos o sensacionalistas.

Uno de cada tres periodistas está asociado a organizaciones profesionales o gremiales, lo que permite construir intelectuales colectivos interesantes que pueden ayudar al desarrollo del campo

periodístico. En otros ciclos históricos de desarrollo de la profesión, el rol de las organizaciones no fue tan importante.

La reinvención que se necesita solo puede estar guiada por la dimensión profesional. Esta dimensión es la que liga al periodismo a su mejor desempeño democrático, paradójicamente más que la dimensión política. En otras palabras, el mejor impacto posible del periodismo se da cuando está inspirado en sus reglas profesionales, y no en su militancia política por más voluntad democrática que tenga.

En las últimas décadas hubo sucesivas oleadas de periodistas militantes –de orientación a veces opuesta– que desalentaron la construcción de un *ethos* profesional centrado en el servicio público. A veces se percibe como si ahora los estándares profesionales hubieran vuelto a una hora cero profesional, como si el periodismo argentino no tuviera la historia de doscientos años que tiene. La falta de referentes profesionales de los nuevos periodistas es un muy buen indicador de ese nuevo punto de partida, donde aparece poca experiencia útil acumulada para transmitir a los nuevos ingresantes al periodismo.

Mientras tanto, la democracia espera expectante hacia qué nuevos horizontes la va a llevar esta revolución periodística en marcha.